



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo
Orientadora Prof. Dra. Liliâne Maria Macedo Machado

Memorial de Projeto de Pesquisa

ALIÁ

Jornalismo de Revista para Mulheres acima
de 60 anos

Emanuella Camargo Neves

Renata Tobias Carneiro e Souza

Brasília (DF), Julho 2013



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo
Orientadora Prof. Dra. Liliane Maria Macedo Machado

Memorial de Projeto de Pesquisa

ALIÁ

Jornalismo de Revista para Mulheres acima
de 60 anos

Emanuella Camargo Neves

Renata Tobias Carneiro e Souza

Memorial apresentado ao Curso de
Comunicação Social, habilitação em
Jornalismo, da Faculdade de
Comunicação, Universidade de
Brasília, como requisito parcial para
obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação Social.

Brasília (DF), Julho 2013



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo
Orientadora Prof. Dra. Liliane Maria Macedo Machado

Membros da banca examinadora:

Orientadora

Prof. Dra. Liliane Maria Macedo Machado (FAC/UnB)

Examinadora

Prof. Dra. Janara Kalline L. Lopes de Sousa (FAC/UnB)

Examinadora

Prof. Dra. Thaïs de Mendonça Jorge (FAC/UnB)

Suplente

Prof. Dr. Paulo Roberto Assis Paniago (FAC/UnB)

Agradecimentos

Emanuella

Primeiramente, agradeço à minha família – especialmente aos meus pais – pelo apoio incondicional em todos os momentos da elaboração desse projeto. Guardo carinho especial pelos amigos e amigas que estiveram próximos nos momentos de cansaço e que também foram essenciais para que eu concluísse esse trabalho. Obrigada aos professores que apostaram na ideia e me motivaram a seguir em frente. Obrigada Renata pela parceria e amizade que foram desenvolvidas neste processo. Agradeço, principalmente, a Liliane Machado pela atenção e pela orientação e conselhos tão essenciais durante realização deste trabalho. Por fim, obrigada a todos e todas que contribuíram, por meio de pequenos gestos e palavras, para que eu me tornasse a pessoa e a profissional que sou hoje.

Renata:

Gostaria de expressar a minha gratidão à colega e parceira de trabalho Emanuella pela paciência durante a elaboração da revista e do memorial. Gostaria de agradecer também aos funcionários e ao corpo docente da Faculdade de Comunicação. Agradeço a todos aqueles que colaboraram com a elaboração da nossa revista. Agradeço especialmente à professora Liliane Machado. Sua orientação foi imprescindível para a conclusão deste trabalho. Sou grata pelas circunstâncias e acontecimentos que me levaram a ser quem sou hoje e a ter condições de realizar o projeto.

*"Eu sou aquela mulher
a quem o tempo muito ensinou.
Ensinou a amar a vida.
Não desistir da luta.
Recomeçar na derrota.
Renunciar a palavras e pensamentos negativos.
Acreditar nos valores humanos.
Ser otimista."*

(Cora Coralina)

SUMÁRIO

Lista de Abreviaturas

Resumo e Abstract

PARTE 1

1.1. Introdução	5
1.2. Objetivo Geral	9
1.2.1. Objetivos Específicos	9
1.3. Justificativa	10
1.4. Problematização	14
1.5. Referencial Teórico	16
1.6. Questionário	30
1.7. Procedimentos Metodológicos	37
1.7.1. Pesquisa Inicial	37
1.7.2. Projeto Editorial e Elaboração de Pautas	38
1.7.3. Projeto Gráfico	39
1.8. Memória	40

PARTE 2

2.1. Projeto Editorial	44
2.2. Projeto Gráfico	48
2.3. Plano de Marketing	50
2.3.1. Características do Mercado-Alvo	50
2.3.2. Análise de fatores internos e externos	51
2.3.3. Definição Objetivos e Metas	51
2.3.4. Orçamento e Preço unitário da <i>Aliá</i>	52
2.3.5. Espaço de Distribuição	53

Resultados Alcançados	54
Referências Bibliográficas	56
Anexos	58
	61

LISTA DE ABREVIATURAS

ABC: Associação Brasileira de Cosmetologia

ABIHPEC: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

GEPAFI: Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Atividade Física para Idosos

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA: Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada

ONU: Organização das Nações Unidas

PDAD: Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios

PNAD: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

SEBRAE: Serviço de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário

Serasa: Centralizadora dos Serviços dos Bancos

UnB: Universidade de Brasília

RESUMO

Esta pesquisa teve como resultado a elaboração da revista ALIÁ. Produto jornalístico mensal direcionado às mulheres a partir dos 60 anos. Surgiu da preocupação com o envelhecimento da população mundial e da pouca disponibilidade, no mercado, de revistas para esse público. A escolha das pautas e a elaboração das reportagens procura dar voz às demandas desse segmento na sociedade.

Palavras-chave: Mulher, Revista, Jornalismo, Envelhecimento, Feminismo

ABSTRACT

This research had as a result the elaboration of magazine ALIÁ. A monthly journal directed at women of 60 years of age. With the aging of the world's population it is a concern with the lack of availability of journalistic material to this demographic. The article intends to give visibility to the demands and issues of this segment in the society.

Keywords: Woman, Magazine, Journalism, Elderly, Feminism

PARTE 1.

1.1.INTRODUÇÃO

Como resultado das melhorias ao acesso de serviços básicos e da conquista de direitos relacionados à aposentadoria, é possível observar o envelhecimento acelerado da população mundial bem como da brasileira. De acordo com o último censo populacional realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2010,¹ os brasileiros já somavam mais de 190 milhões e cerca de 18 milhões já tem mais de 65 anos. O desenvolvimento da medicina aliada à tecnologia ajudaram a diagnosticar e tratar doenças que antes eram mais nocivas e acarretavam morte precoce. A mudança significativa do perfil dessa população também é evidente no aumento da longevidade, que ultrapassa os 80 anos de idade, na maioria dos países. Não enxergamos mais as pessoas dessa faixa etária como avôs e avós. Grande parte deles é economicamente ativa. É possível dizer que ter 60 anos, hoje em dia, em muitos casos, equivale a ter 40 anos no passado.

Essa parcela da população, com o passar dos anos, vem ganhando peso político, social, econômico e cultural. “O idoso é o adulto que agora pode viver e usufruir de um novo status, que permite, depois dos 60 anos de idade, ter uma vida ativa (...), desempenhar um papel social distinto do que tinha os chamados velhos” (Sousa, 2008 p. 2). Algumas iniciativas que ocorreram na esfera política, fruto da organização e articulação dos aposentados e pessoas com mais de 60 anos, têm importante peso e demarcam a mudança do perfil dos novos idosos, de acordo com Rozendo et al. (2010).

A principal iniciativa surgiu com o Estatuto do Idoso (Lei 10.741/2003²). Aprovado pelo Congresso Nacional em 2003, além de assegurar os direitos das pessoas com mais de 60 anos, o Estatuto também possibilitou a garantia constitucional de direitos relativos à saúde, moradia, segurança, aposentadoria, entre outros. Antes do Estatuto já existiam itens relativos ao cuidado da pessoa idosa na Constituição e também na Política Nacional do Idoso (Lei 8.842,

¹ Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/> (Acessado em 23.03.2010)

² Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm (Acessado em 19.03.2013)

sancionada em 1994 pelo Congresso)³.

A existência dessas ferramentas foi fundamental para que diversas esferas sociais e políticas modificassem seu olhar perante as pessoas acima dos 60 anos, ou seja, a possibilidade de dar voz àqueles que estavam marginalizados. Da mesma forma, na última década já era possível observar outros fatores que determinariam essa tendência populacional. Boa parte dos idosos hoje são chefes de famílias. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com base no Censo 2010, 37,6% das idosas são chefes de família. Considerando que o Brasil contava com mais de 11 milhões de mulheres com mais de 60 anos, essa percentagem equivalia, aproximadamente, a 4 milhões. Além disso, 54,5% dos idosos chefes de família vivem com os seus filhos e os sustentam⁴.

No entanto, ainda que todas essas mudanças sejam percebidas de maneira positiva, ainda há espaço para distorções que, na maioria dos casos, são reforçadas pelos meios de comunicação. Problemas como os relacionados à supervalorização da juventude, que pode ser constatada no aumento de procedimentos cirúrgicos entre pessoas acima de 65 anos – aspecto que será debatido ao longo desta pesquisa no referencial teórico.

Além disso, os possíveis papéis sociais que, às vezes, retratam os idosos de maneira tão positivada parecem limitar o espaço de representação e atuação deles e ainda prejudica, por exemplo, o debate profundo e esclarecedor sobre doenças que, erroneamente, são atribuídas ao estado da velhice, como é o caso da depressão⁵. Guitta Debert reforça que o problema da positivação do envelhecimento “leva a um conjunto de práticas que, ao oferecer oportunidades constantes para renovação do corpo, das identidades e autoimagens, tende a encobrir os problemas próprios da idade mais avançada” (DEBERT, 2004, p.22).

³ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8842.htm (Acesso em: 5.06.2013)

⁴ Fonte: Guia de Orientação ao Cidadão, Serasa (Centralizadora dos Serviços dos Bancos). Disponível em: <http://www.serasaexperian.com.br/guiaidoso/18.htm> (Acessado em: 20.04.2013)

⁵ Reportagem sobre idosos que conviveram com a depressão. Veiculada na Revista do Correio Braziliense. Disponível em: http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2012/07/01/interna_revista_correio,309545/velhice-nao-e-doenca.shtml (Acessado em: 21.03.13)

A marginalização em espaços, como asilos e hospitais que acolhem idosos, também resulta na invisibilidade dos casos de abandono, falta de assistência e acompanhamento médico, ausência de lazer e segurança, além de outros direitos básicos. Sendo assim, não é raro encontrar reportagens sobre idosos em cárcere domiciliar ou notícias sobre violência verbal, emocional e física cometidos contra esse grupo.

Daí surge a necessidade do empoderamento dessas pessoas e do maior acesso e participação delas na grande mídia, considerando aqui a mídia como importante canal difusor e formador de ideias e discursos. Claro que é possível encontrar bons exemplos de revistas com linguagem jornalística que procuram dar esse espaço ainda limitado aos assuntos de interesse dos idosos. Entre os bons exemplos encontrados, temos as revistas *Vivaz*⁶, *Senhor e Sem Hora*⁷, *Terceiraldade*⁸ e *Plenitude 21*⁹. A linguagem jornalística e atual dessas revistas é um bom exemplo de que existe público leitor e que se interessa pelos assuntos abordados.

Por outro lado, existe a necessidade de pensar um produto jornalístico que se adeque às necessidades das mulheres com mais de 60 anos. As revistas existentes e fortalecidas no mercado retratam a mulher cristalizada na juventude e no corpo sempre esbelto e bem delineado. Padrão que foge ao máximo de rugas e cabelos brancos e que não parecem deixar espaço para outras representações além da mulher magra e eternamente bela. Além do enfoque constante à beleza dessas mulheres-modelo, as reportagens também colocam como preocupação da mulher questões que giram em torno do cuidado com o marido e a urgência de serem mães perfeitas.

Existe a necessidade, portanto, de constante debate sobre a atual posição da mulher na sociedade e sobre os papéis – mãe, esposa e dona de casa – ainda designados como de inteira responsabilidade daquela que

⁶ Revista *Vivaz*. Está mais relacionada à saúde e qualidade de vida. Disponível em: <http://www.estilovivaz.com.br/> (Acessado em 26.05.2013)

⁷ Revista *Senhor e Sem Hora*. Tem direcionamento maior para turismo e qualidade de vida. É da mesma editora ou empresa que distribui a *Vivaz*. Disponível em: <http://www.estilovivaz.com.br/srsh/7-edicoes-antiores.html> (Acessado em 26.05.2013)

⁸ Revista *Terceiraldade*. Disponível em: <http://www.revistaterceiraldade.com/> (Acessado em 26.05.2013)

⁹ Revista *Plenitude 21*. Tem matérias relacionadas ao envelhecimento, mas o foco é saúde. Disponível em: <http://issuu.com/plenitude21/docs/plenitude21> (Acessado em 26.05.2013)

pertence ao sexo feminino. Ainda que a mulher tenha, a cada ano, se tornado mais independente, as desigualdades ainda perpetuam a vida profissional¹⁰. Mesmo considerando que os lares tem mais mulheres como chefes de família, como mencionado, a mídia e as revistas – espaço de análise desta pesquisa – não tem como agendadas essas preocupações nas reportagens produzidas em revistas direcionadas às mulheres.

Para Tânia Navarro Swain, as revistas “femininas” reduzem reportagens a questões que foram naturalizadas como pertencentes às mulheres, entre as quais: tarefas no lar, cuidado com a beleza e cuidado com a família.

A ausência, nas revistas femininas, de debate político, de assuntos econômico-financeiros, das estratégias e objetivos sociais, das questões jurídicas e opinativas é extremamente expressiva quanto à participação presumida, à capacidade de discussão e criação, ao próprio nível intelectual das mulheres que as compram. O feminino aparece reduzido à sua expressão mais simples e simplória: consumidoras, fazendo funcionar poderosos setores industriais ligados às suas características “naturais”. (SWAIN, 2001, p.19)

Diante desse cenários de mudanças positivas conquistadas pelas pessoas com mais de 60 anos, e, por outro lado, das desigualdades ainda existentes entre homens e mulheres, surge a necessidade de produzir uma revista na tentativa de dar visibilidade aos problemas ainda existentes.

¹⁰De acordo com levantamento feito pelo jornal Estadão, com dados da RAIS e MTE, mulheres ganham até 66% menos que homens, dependendo do cargo que exercem. Disponível em: <http://blog.estadaodados.com/brasil-nao-diminui-desigualdade-salarial-entre-os-sexos/> (Acessado em: 26.05.2013)

1.2.OBJETIVO GERAL

Produzir uma revista impressa, com periodicidade mensal, destinada às mulheres acima dos 60 anos de idade. A temática pretende abordar temas de interesse do público alvo, tais como: Saúde, Comportamento, Beleza, Moda, Turismo, Política, Economia, Gastronomia, Arquitetura, Artes, Esportes e Nutrição.

1.2.1.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fazer revisão bibliográfica acerca das teorias a serem abordadas: Estudos Culturais, Estudos Feministas e Teorias da Comunicação
- Elaborar e aplicar um questionário com o objetivo de levantar dados sobre o perfil da população feminina com mais de 60 anos
- Definir, a partir dos resultados obtidos com o questionário, um projeto editorial que contemple as áreas de interesse do público feminino com mais de 60 anos de idade
- Produzir uma revista mensal contendo 10 editorias fixas (Atualidades, Entrevista, Comportamento, Turismo, Perfil, Esportes e Nutrição, Moda, Beleza, Artes, Gastronomia e Arquitetura)
- Elaborar projeto gráfico que valorize a fotografia, de modo que o público alvo se sinta representado nas imagens produzidas para a revista.
- Adequar o tamanho e a escolha da fonte às especificidades visuais que, muitas vezes, estão presentes na vida da população idosa
- Enfatizar, por meio da diagramação, o espaço destinado ao texto de forma que o conteúdo proposto seja valorizado
- Fazer da revista um espaço colaborativo – utilizando a criatividade de profissionais de diversas áreas de interesse, que serão convidados a contribuir com a produção de textos e imagens

1.3.JUSTIFICATIVA

As revistas dirigidas às mulheres, muitas vezes, buscam criar um laço de cumplicidade com sua leitora. A linguagem é utilizada para que quem lê a revista sinta que está conversando com uma amiga (SCALZO, 2003). Pelo menos, é essa a intenção. O problema é que as revistas se utilizam dessa proximidade para empurrar produtos, procedimentos estéticos, exercícios físicos e alimentos que a leitora deve consumir para que a sua vida seja melhor. Também tratam aspectos inevitáveis da vida, como redução do vigor físico, da massa muscular e alterações hormonais como doenças que necessitam de tratamento.

Publicada pela primeira vez em 2001, a revista feminina TPM se propunha a ser uma alternativa à imprensa feminina tradicional. A sigla *TPM* significa *Trip para mulheres* e refere-se também à tensão pré-menstrual. Isso passa uma certa ideia do tipo de público que a revista pretende atingir: mulheres que estejam sujeitas e que se permitam ter variações de humor, por exemplo, como acontece quando passam pela tensão pré-menstrual. A revista *TPM* define seu público-alvo a partir da negação do discurso das demais revistas femininas. Apesar da negação ao que é apresentado pelas demais revistas, a *TPM* também aborda assuntos recorrentes nessas publicações, como moda, beleza, sexo e decoração.

A revista *Ana Maria*, por outro lado, faz parte do grupo chamado de revistas populares para mulheres. É a única deste grupo voltada para mulheres com mais de 50 anos¹¹. Não existe no mercado editorial nacional nenhuma revista para mulheres que seja declaradamente destinada a mulheres com mais de 60 anos. A revista *Ana Maria* é o mais longe que a editora Abril alcança em termos de faixa etária.

Tomando como base o conteúdo da revista, se perguntassem à leitora de *Ana Maria* quais temas mais atraem seu interesse, as respostas seriam:

¹¹ Disponível em: <http://www.publiabril.com.br/marcas/12/download-media-kit> (Acessado em 2.06.2013)

culinária, família e dieta. Os três possuem seções permanentes na revista semanal. Todas as edições da revista vêm acompanhadas de um suplemento de receitas. Além da associação da mulher com mais de 50 anos da classe C a dotes culinários, a revista também traz em seu conteúdo dicas para cuidar da família e do lar. Nota-se uma nítida contradição entre as receitas de altíssimo valor calórico contidas no suplemento e as reportagens e dicas sobre dieta. As pautas de saúde também estão bastante presentes no conteúdo da revista. A forma como insônia, menopausa, saúde íntima, hipertensão e problemas cardíacos são tratados na revista estimulam ainda mais a ideia de que o cuidado com os parentes é função exclusiva da mulher (CARRARA, 2011).

É necessária a existência de uma publicação com a qual as mulheres se identifiquem e se reconheçam nos textos e imagens veiculados. Uma revista, portanto, especializada nesse público pretende inovar na linguagem e abordagem de assuntos ainda pouco debatidos e ir além de pautas jornalísticas vinculadas à saúde, estética e cuidados com o corpo.

Embora não seja fácil encontrar estatísticas que mensurem o número de publicações com matérias ou artigos relacionados a procedimentos cirúrgicos, dietas, tratamentos estéticos para o corpo, exercícios físicos para tonificar membros e afins; fazendo uma rápida busca na internet constata-se a dimensão e a importância do assunto para a sociedade ocidental, principalmente, entre as mulheres.

Nota-se, em alguns casos, que os termos saúde e estética são utilizados como sinônimos para justificar a cultura do culto ao corpo (tema que será abordado novamente no capítulo sobre o Referencial Teórico). Logo, é possível colocar aqui a análise presente no artigo de Silvana Goellner, sobre a cultura *fitness* que seria resultado da preocupação exagerada com a estética do corpo. Existe, portanto, uma naturalização de diversas práticas para definição e educação dos corpos de homens e mulheres (2007, apud. GOELLNER, 2008). Tal naturalização reforçaria o maior agendamento desses assuntos pela mídia e a permanência de estereótipos. A preocupação estética com o corpo se reforça ainda mais entre as mulheres:

O corpo feminino celebrado pela publicidade que circula na sociedade

do hiperconsumo leva as mulheres a agirem, incessantemente, sobre si mesmas em busca de uma 'beleza prometêica que exige reparações (cirurgia estética), esforços e restrições (atividades físicas, regimes), manutenção e prevenção (alimentação saudável, hidratação e regeneração da pele. (2007, apud. GOLLNER, 2008). p.280)

A vigilância rotineira e a marginalização de corpos que destoam das regras estabelecidas pela cultura *fitness*, apenas dá ênfase ao fato de que é preciso discutir tanto a maneira como se vive a juventude, quanto o envelhecimento. E os meios de comunicação tem importante papel, assim como o olhar atento e crítico da sociedade, para debater esses assuntos e dar espaços a outros que são colocados em segundo plano quando se pensa em mulheres.

Desde que a participação das mulheres no mercado de trabalho aumentou, os meios de comunicação tornaram-se mais atentos a esse segmento como público consumidor. Importante perceber, de acordo com Marília Scalzo (2003), que as primeiras revistas femininas se popularizaram, principalmente, com assuntos ligados a moda, saúde e bem estar com o corpo, ainda que tivessem espaço editorial para tratar de assuntos relacionados a questões trabalhistas ou jurídicas. Observa-se certa limitação nos temas, que se restringem, na maioria dos casos, a aspectos triviais da vida humana. O público formado por mulheres é amplo, diversificado e, certamente, possui interesses distintos.

A diversificação de interesses entre as mulheres pode ser observada por meio dos resultados do questionário utilizado para produção desta pesquisa (que poderá ser consultado no capítulo Questionário, destinado a explicar a elaboração e os resultados obtidos). Das 54 mulheres entrevistadas, 12% demonstraram interesse por política e economia, percentual ainda tímido, mas que pode ser a abertura para aproximar esse público de temas que se fazem tão presentes na vida de todos.

O que se pretende, é uma experiência jornalística que dê voz a um público ainda tão estigmatizado pela mídia. Com a proposta de não abordar no corpo de maneira sexista¹² ou com base na objetificação¹³ do indivíduo,

¹² Sexismo: Preconceito, discriminação sexual. (Fonte: Dicionário Caldas Aulete da Língua Portuguesa, 2ª ed. 2007, L e PM Pocket – Lexikon obras de referência). O termo se refere,

pretende-se ainda, dar espaço para reportagens não necessariamente factuais, equilibradas com reportagens de maior profundidade e que tratem de temas de grande relevância para o universo do público alvo, como é o caso de matérias relacionadas à saúde (fato observado no questionário aplicado para desenvolvimento desse trabalho, que apontou entre as 54 entrevistadas, que 28% têm interesse pela temática em questão).

Cabe ressaltar que a revista proposta tem como público alvo mulheres com mais de 60 anos, contudo, nada impede que os temas também possam despertar o interesse de homens. Observa-se, portanto, a necessidade constante do preparo do profissional de comunicação para abordar determinados temas de maneira mais profunda e concisa possível – como é o caso de reportagens sobre idosos, mulheres, negros, crianças, gays e demais grupos marginalizados.

Produzir uma revista que possa manter diálogo aberto com seu público, além de abordar assuntos diferenciados para um segmento ainda carente de material especializado, pode ser a chave para ir do lado oposto a toda uma concorrência de meios, como destaca Scalzo:

“As revistas têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma carteirinha de acesso a eles. E justamente aí reside o maior desafio de quem quer, atualmente, descobrir novos mercados e trabalhar em revistas (...). Há publicações generalistas demais: todas falando das mesmas coisas e concorrendo pela atenção das mesmas pessoas.” (SCALZO, 2003, p.50)

Para adequar melhor a revista ao público desejado, características gráficas (desde a escolha da tipografia, até o cuidado com a legibilidade de cada página) que se adequem às suas especificidades foram levadas em conta ao longo da produção da revista. Por fim, apesar de a proposta central ser a de produzir uma revista impressa, não está descartada a possibilidade de criação de um espaço digital para a revista, com conteúdo extra (fotos, bastidores, material produzido por leitores, entre outros), que também poderá atrair esse

ainda, a ações ou ideias que privilegiam indivíduo de determinado sexo ou orientação sexual, em detrimento a outro considerado diferente.

¹³ Objetificação do indivíduo significa reduzir alguém ao nível de objeto ou ao estado de coisa (que alguns denominam reificação ou coisificação do ser). A objetificação pode vir acompanhada de uma relação de poder e dominação e sujeição a rótulos e juízos de valor do dominador. É estabelecida uma relação de poder e imposição de força entre aquele que domina e aquele que se torna objeto, coisa, fonte do seu domínio e vontades. Fonte de consulta: <http://blogueirasfeministas.com/2012/12/slut-shaming-objetificacao-e-legitimacao-do-estupro/> (Acessado em 07.05.2013)

público.

1.4.PROBLEMATIZAÇÃO

O que motiva a criação de uma proposta editorial de uma revista voltada para mulheres com mais de 60 anos, que moram nas grandes cidades é justamente a falta de uma publicação semelhante no mercado brasileiro. Intriga-nos a repetição de temas ligados à saúde e estética. Além disso, a maior parte das revistas existentes dirigidas às mulheres são extremamente voltadas para incentivar o consumo. Ou propõem um estilo de vida idealizado e estetizado.

A elaboração de propostas mais ousadas que se especializaram no público com mais de 60 anos, ainda se restringe, como mencionado anteriormente, a revistas acadêmicas contendo pesquisas sobre longevidade e envelhecimento ou ainda, produtos jornalísticos que, embora apresentem abordagem pioneira e especializada para a terceira idade, como é o caso da revista *Senhor e Sem Hora*¹⁴.

A mídia, é espaço para formar opinião e reforçar valores e símbolos por meio de representações próprias, como reafirma Denise Jodelet:

Estas representações formam um sistema e dão lugar a teorias espontâneas, versões da realidade encarnadas por imagens ou condensadas por palavras, umas e outras carregadas de significações. (JODELET, 2001, pg.21)

As lacunas existentes quando a mídia deixa de agendar determinados assuntos são preenchidas, em alguns casos, com a propagação de estereótipos ou debate sem profundidade sobre determinadas questões, como mencionado, anteriormente, no caso da depressão.

Ainda sobre o discurso midiático, percebe-se certa hierarquia entre a juventude e a velhice, o conflito estético entre aquilo que é belo e o que é feio, ou ainda, aquilo que é repleto de vida e vivacidade em oposição ao obsoleto e pouco ativo e que, portanto, determina o que pode ou não ser aceito socialmente, o que pode ou não ser pautado ou exposto na mídia.

A representação das mulheres com mais de 60 anos também merece atenção, pois se trata de um público ainda estigmatizado e preso a diversos padrões impostos pela cultura. Padrões de beleza e comportamento que se

¹⁴ Edição eletrônica da revista disponível em: <http://www.estilovivaz.com.br/srsh/> (Acessado em 30.05.2013)

intensificam quando se analisa o público feminino, mesmo depois da velhice, quando determinados papéis deixam de ser impostos – boa esposa, mãe, boa filha, alguém que consegue lidar com a dupla jornada. Naomi Wolf analisa a questão desse novo aprisionamento, por meio da beleza e cuidados com o corpo (temas que serão abordados novamente no capítulo Referencial Teórico):

(...) existe uma subvida secreta que envenena nossa liberdade: imersa em conceitos de beleza, ela é um escuro filão de ódio a nós mesmas, obsessões com o físico, pânico de envelhecer e pavor de perder o controle. Não é por acaso que tantas mulheres potencialmente poderosas se sentem dessa forma. Estamos em meio a uma violenta reação contra o feminismo que emprega imagens da beleza feminina como uma arma política contra a evolução da mulher: o mito da beleza. (WOLF; 1992: 8)

Por outro lado, depois da onda que reformulou os termos utilizados para categorizar pessoas com mais de 60 anos e trouxe os conceitos de terceira idade e, em seguida, “melhor idade” (muito utilizado pela publicidade), pode, em muitos casos, silenciar problemas relacionados ao abandono, maus tratos agravados com a restrição de direitos garantidos por lei.

No caso das diversas formas de violência, o debate restrito por parte da mídia e do Estado resultam na contínua prática de violência contra idosos além da prevalência de casos de violência contra mulheres idosas. A constatação é baseada na pesquisa de Márcio D. Medeiros Mascarenhas:

Na presente análise, as mulheres foram agredidas por filhos e parceiros conjugais, enquanto que os homens sofreram violência perpetrada por desconhecidos. Tal constatação é confirmada pela literatura, que aponta a maior participação de agressores do sexo masculino e conhecidos da vítima quando se investiga a epidemiologia da violência contra idosos. (...) Conclui-se que a violência contra a pessoa idosa foi mais prevalente no sexo feminino, pessoas sem convívio marital, ocorrida no domicílio e perpetrada por pessoas do convívio das vítimas. (MASCARENHAS, 2010, p.2339)

A violência contra mulheres idosas e o constante reforço de padrões de beleza e comportamento são alguns dos motivos que embasam a necessidade de produto midiático que possa discutir e dar voz às mulheres brasileiras e, conseqüentemente, possibilitar visibilidade delas diante do poder público e outros segmentos da sociedade.

1.5.REFERENCIAL TEÓRICO

Durante os últimos anos foi possível perceber significativo crescimento da população acima de 60 anos no mundo. De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU)¹⁵, a previsão é de que a população idosa mundial chegue a 1bilhão em dez anos. Acompanhando essa tendência, em menos de dez anos o Brasil pode ser o sexto país do mundo em número de idosos¹⁶, atrás apenas de países como Suécia, França e Estados Unidos, preservando as devidas proporções populacionais.

Outros dados relativos ao último censo 2010, realizado pelo IBGE, apontam que mais de 18 milhões de brasileiros tem mais de 60 anos, o que, considerando esse aspecto, aproxima o Brasil de países europeus. Aqui vale observar o caso do Distrito Federal, que, segundo o IBGE, possui mais de 2 milhões de habitantes, dos quais 197 mil pessoas com 60 anos, representando, portanto, 7,7% da população brasiliense.¹⁷

Diversos fatores influenciaram a mudança do perfil populacional, entre eles a queda das taxas de fecundidade e mortalidade¹⁸, acompanhadas pelo aumento da expectativa de vida dos indivíduos. Embora os alertas sejam constantes sobre a necessidade de se repensar a economia e as relações de trabalho, é interessante observar esses aspectos como uma oportunidade para discussão aprofundada sobre envelhecimento. Janara Sousa destaca que um

¹⁵ Dados extraídos do documento disponível em: <http://www.onu.org.br/a-onu-em-acao/a-onu-em-acao/a-onu-e-as-pessoas-idosas/> (Visualizado em 19.04.2013)

¹⁶ Dados extraídos do artigo disponível em: <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/conexao/article/viewFile/3884/2746> (Acessado em: 20.04.2013)

¹⁷ Proporções e análise do crescimento populacional em Brasília retiradas da reportagem do Correio Braziliense. Disponível em: http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2012/09/22/interna_cidadesdf,323883/numero-de-idosos-no-df-cresce-em-ritmo-acelerado-e-devera-dobrar-ate-2030.shtml (Acessado em: 21.04.2013).

¹⁸ Definem-se essas taxas de acordo com o IBGE. Sendo a taxa de mortalidade infantil: a frequência com que ocorrem os óbitos infantis (menores de um ano) em uma população, em relação ao número de nascidos vivos em determinado ano civil. Expressa-se para cada mil crianças nascidas vivas. No caso da taxa de fecundidade admite-se: Taxa de fecundidade total - número médio de filhos que teria uma mulher de uma coorte hipotética (15 e 49 anos de idade) ao final de seu período reprodutivo. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/conceitos.shtml> (Acessado em: 23.04.2013)

dos fatores positivos de envelhecimento dos indivíduos é o empoderamento¹⁹ desse segmento, observado ainda na década de 1970.

Acreditamos que os motivos que impulsionaram os idosos a formarem essa conexão foram: o aumento do número de idosos, as condições em que eles viviam e o contexto histórico-social, mais complexo, no qual as tradicionais minorias desempoderadas, como mulheres, negros, homossexuais, passam a se unir para lutar por seus direitos culturais (SOUSA, pg.102)

Além disso, é possível perceber outros espaços de participação popular que contribuíram para expandir a comunicação entre a esfera política e os cidadãos e consequentemente dar maior visibilidade aos idosos. Segundo aponta Rozendo, os conselhos políticos, formados pelos aposentados nas comunidades, são “como espaços de participação e protagonismo político e social, onde a população idosa pode tomar frente nas decisões políticas que afetam direta ou indiretamente suas vidas e seus interesses” (ROZENDO et al. 2010, p.37).

Importante ponderar que o protagonismo, de acordo com Rozendo, também passa por filtros socioeconômicos “capazes de se sobreporem a contingenciamentos da idade” (ROZENDO et al. 2010, p.47), ou seja, as demandas continuam voltando-se para interesses de um grupo social, ao invés do interesse comum do segmento, independentemente da idade. O fato das pessoas entrarem no envelhecimento não exclui as diferenças e barreiras socioeconômicas já existentes anteriormente.

Outra questão que surge no bojo das discussões acerca da reorganização político-social do país com o crescimento da população acima de 60 anos, refere-se à busca por uma terminologia mais adequada para esse seguimento, cujos termos habituais são: velho, velhice, idoso e terceira idade. Aqui cabe, portanto, uma breve análise para que se possa diferenciar cada um desses termos e, a partir daí, apresentar o que será utilizado ao longo desta pesquisa. O termo “velho”, ao longo das mudanças históricas, adquiriu carga

¹⁹ Termo que vem do inglês *empowerment*, relativo à autonomia dos indivíduos. Destaca-se aqui o conceito utilizado pelas autoras Kleba e Wendausen: “A construção do empoderamento e seus múltiplos sentidos advêm de várias origens. O empoderamento tem raízes nas lutas pelos direitos civis, principalmente no movimento feminista, assumindo significações que se referem ao desenvolvimento de potencialidades, ao aumento de informação e percepção, buscando uma participação real e simbólica que possibilite a democracia (Baquero, 2001). Sua construção conceitual se inicia nos anos 1970 influenciada pelos movimentos de autoajuda”, (pg.735). Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v18n4/16.pdf> (Acessado em: 23.04.2013)

negativa e pejorativa, que remete, entre outras ideias, à melancolia, tristeza, falta de vitalidade, algo em desuso, obsoleto e descartável. A partir daí, algumas sociedades utilizaram-se desses termos como justificativa para a marginalização de pessoas com mais de 60 anos dos espaços públicos.

Diante das mudanças no perfil da população, resultado de avanços na medicina e do acesso a serviços básicos, como foi comentado anteriormente, o termo “velho” passou a não dar conta de explicar a nova fase que surgia ao longo dos anos (SOUSA, 2009). Como maneira de adequar a pró-atividade desse novo indivíduo e estabelecer uma nova relação dele com a sociedade, o termo “idoso” popularizou-se. “Diremos que o idoso é velho, o indivíduo submetido ao processo de envelhecimento, ou seja, (...) no qual percebemos mais claramente os sinais da maturidade, do cumprimento de quase todas as fases do ciclo vital”, (SOUSA, 2009, p.95).

A velhice seria a fase seguinte aquela que o idoso está, caracterizada, por sua vez, como terceira idade (SOUSA, 2009). Em sua pesquisa, Janara Sousa explica que, com a mudança do perfil das sociedades, existiu a necessidade de colocar fases intermediárias à velhice para que se pudesse estudar e entender cada etapa separadamente. Sousa destaca a pesquisadora Guitta Debert para explicar o fenômeno:

Meia-idade, terceira idade, aposentadoria ativa são interlúdios maduros entre a idade adulta e a velhice; indicam, antes, estágios propícios para a satisfação pessoal, o prazer, a realização de sonhos adiados em outras etapas da vida” (1997, apud SOUSA, 2009, p.99)

Diante dessa discussão, os termos utilizados ao longo desta pesquisa serão idoso, terceira idade e velhice, por ser a terminologia que ainda se adequa melhor ao período atual vivido pelas pessoas com mais de 60 anos. No entanto, observa-se a necessidade de adequação dessa terminologia, pois muitos desses indivíduos não se reconhecem como “idosos”, porque não percebem que precisam de tratamento diferenciado.

É como se o termo idoso, ainda que não tenha significado tão pejorativo, remetesse ao termo velho do passado. Seria necessário, em um trabalho futuro, repensar um termo que se adeque ao estilo de vida da maioria desses idosos, que hoje tem mais estabilidade econômica, acesso a saúde,

boa alimentação e tratamentos estéticos. Identificam-se como mais joviais que os idosos do passado.

Sendo assim, ao apontarmos os resultados da organização política e empoderamento dos idosos, pretende-se, a partir daí, apontar de que forma essa organização da terceira idade ainda esbarra em alguns obstáculos, como a prática da sexualidade e os estereótipos ou representações geradas pela fixação pela beleza e pela juventude. Em seguida, como desenvolvimento metodológico desta pesquisa, pretende-se, por meio de breve análise de revistas destinadas às mulheres, apontar caminho dentro do jornalismo impresso para debater a (in)visibilidade das idosas brasileiras.

Antes de analisar a relação entre a beleza e a velhice, como uma das justificativas para escolha do recorte de gênero, retornaremos para Janara Sousa quando ela aponta para uma feminilização da velhice. A autora, considera que o envelhecimento brasileiro, com o passar dos anos, tem sido caracterizado pelo aumento da expectativa de vida entre as mulheres²⁰. Uma das explicações para o fenômeno seria a de que mulheres, em geral, passam a buscar outras atividades que complementem sua rotina, além dos cuidados com a saúde. Por outro lado, os homens se percebem improdutivos e, muitas vezes, adquirem doenças quando se encontram nessa fase.

Alguns fatores que podem determinar de que forma mulheres e homens vivenciam a velhice também estão relacionados à cultura e a questões de gênero. De acordo com relatório produzido pela Organização Mundial de Saúde (OMS), intitulado “Envelhecimento ativo: uma política de saúde” (2005)²¹, questões culturais e de gênero também determinam de que forma a população envelhece e como amplia ou restringe direitos básicos aos indivíduos.

Valores culturais que não permitem o acesso de mulheres à educação e saúde, por exemplo, podem resultar na proliferação de doenças que poderiam

²⁰ As diferenças de gênero são importantes para descrever as pessoas idosas e, da mesma forma como tem ocorrido em todo o mundo, o número de mulheres idosas, no Brasil, é maior do que o de homens: as informações da PNAD mostraram que, em 2003, essa proporção era de 55,9% e 44,1%, respectivamente. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_sociosaude/2009/com_sobre.pdf. (Acesso em 21.abril 2013)

²¹ Relatório disponível em: http://www.prosaude.org/publicacoes/diversos/envelhecimento_ativo.pdf (Acesso em: 01. Jun.2013)

ser evitadas por meio do acesso a esses direitos básicos. Por isso, políticas públicas precisam se adequar às relações culturais, valores e costumes, para que tenham maior alcance e aderência da população.

O relatório da OMS aponta, como sendo um dos desafios do Estado, justamente, a questão da feminilização da velhice. Mesmo que as mulheres tenham histórico de maior longevidade comparado aos homens, a violência doméstica, as desigualdades salariais, a precariedade do acesso à saúde e educação, ao longo da vida, contribuem para reduzir a qualidade de vida e autonomia desse grupo na velhice. O relatório chama a atenção, portanto, para a necessidade de gerar condições de acesso a serviços básicos mais igualitárias entre os gêneros.

Corpo, Beleza e Juventude

Ao longo das décadas, principalmente a partir dos anos 1980, a preocupação com o corpo cresceu entre as pessoas. O bem-estar passou a estar atrelado a necessidade de moldar, esticar, retocar e modificar o corpo. O aumento de tratamentos estéticos, a explosão de clínicas cirúrgicas e a crescente comercialização de cosméticos apenas reforçam essa ideia.

O culto ao corpo abrange distintos segmentos geracionais e na terceira idade pode ser observado pelo aumento crescente da oferta de cosméticos específicos. O investimento anual das empresas de cosméticos passaria de R\$9,3 bilhões em 2010 para R\$20 bilhões em 2015²². Outro dado que impressiona, embora seja referente a 2008, segundo levantamento da Associação Brasileira de Cirurgia Plástica, das 629 mil cirurgias realizadas naquela ano, 71 mil foram em pessoas situadas entre 50 e 64 anos. No caso das pessoas acima de 65 anos, foram realizadas 24 mil cirurgias.

Para Malu Fontes (2006), a partir do fim da Segunda Grande Guerra, com a decadência de valores e o declínio de instituições como a igreja e a política, o homem volta-se para a individualidade. É nesse momento que o culto ao corpo ganha espaço e força. A preocupação com a aparência física

²² Reportagem do portal UOL na seção “O consumidor Moderno”. Disponível em: <http://consumidormoderno.uol.com.br/na-pele-do-consumidor/melhor-idade-impulsiona-o-mercado-de-cosmeticos> (Acessado em 23.04.2013)

tornou-se latente, a mídia contribui para reforçar o estereótipo com a dualidade entre jovem – alusão aquilo que possui força, vitalidade, novo – e o velho – que remete à lentidão, melancolia, ultrapassado.

O fenômeno do culto ao corpo parte de um estágio em que o corpo é demonizado, escondido, fonte de vergonha e pecado e culmina com o corpo das academias e sua explosão de músculos, atingindo seu grau máximo de ilustração com a emergência e a multiplicidade das estratégias de *body-building*, as cirurgias estéticas, os implantes e a profusão de técnicas médicas, químicas, cosméticas e de vestuário. (FONTES, pg.4, 2006)

Mirian Goldenberg (2008, p.15) acredita que o corpo é mais do que um objetivo moldável na modernidade, ele se tornou um capital físico, com valor econômico e social, o qual estigmatiza ou agrega valor de reconhecimento aos indivíduos dependendo do investimento e do sacrifício empregados. “Desde que seja um corpo sexy, jovem, magro e em boa forma, que caracteriza como superior aquele ou aquela que o possui, conquistado por meio de muito investimento financeiro, trabalho e sacrifício” (GOLDENBERG, 2008, p.15). Cabe incluir ainda, um corpo de pele clara, sem rugas, manchas, quase tão artificial quanto o de bonecas infantis. Envelhecer é, portanto, um estigma, um desvio físico que se tenta esconder, camuflar, moldar com roupas, cosméticos e bisturis (GOLDENBERG, 2008).

Para Fontes, aqueles que não se adequam ao modismo do corpo ultra definido passam a ser representados como alguém que destoa da representação imposta. Desse conflito surge o que a autora denomina de corpo dissonante, que não está de acordo com os padrões estabelecidos e que será, consequentemente, colocado à margem:

O corpo dissonante, ou seja, aquele que não adere aos artifícios de reformulação e adequação da aparência, tende a despertar reações de estranhamento e até mesmo de repulsa. Na cultura contemporânea, o que não é desejável quase sempre é assustador. (FONTES, pg.12, 2006)

A mídia reforça diariamente esse conflito, estabelecendo uma linha entre o certo e o errado, desconsiderando a opção individual por adotar ou não determinado procedimento estético, dieta ou produto. Se você não pertence aquele padrão imposto, não se encaixa no que é estabelecido, não é visto ou ouvido pela mídia. Durante esse processo midiático, Jodelet (2001) explica que em uma situação de conflito, ou que desestabiliza nosso espaço de conforto,

recorremos a valores, símbolos e códigos já conhecidos para procurar lidar com aquele novo sistema de códigos apresentado.

(As representações sociais) intervêm em processos variados, tais como a difusão e a assimilação dos conhecimentos, o desenvolvimento individual e coletivo, a definição das identidades pessoais e sociais, e expressão dos grupos e as transformações sociais. (JODELET, 2001, pg.22)

Da mesma forma, segundo Jodelet (2001), a mídia também utiliza esse processo para que o novo tenha aquele ar familiar que não vai se confrontar com os valores estabelecidos, com os quais nos habituamos. Assim, a mídia reforça o que já está estabelecido por meio de representações, modelos, moldes, os quais os indivíduos utilizam para apoiar-se na realidade. Por outro lado, importante observar o processo midiático como um caminho de dupla ação onde também é possível aos indivíduos (re)formular demandas.

(...) Por meio destas várias significações, as representações expressam aqueles (indivíduos ou grupos) que as forjam e dão uma definição específica ao objeto por elas representado. Estas definições partilhadas pelos membros de um mesmo grupo constroem uma visão consensual da realidade para esse grupo. (JODELET, 2001, pg.21)

Do mesmo modo, é por meio desse processo complexo de reações e ações que a mídia estimula os indivíduos a valorizarem o corpo. O discurso publicitário que impera é que o corpo passa a ter valor simbólico equivalente a outros bens de consumo (carro, acessórios eletrônicos, roupas de determinada grife). É a busca pelo *status* agregado ao corpo que torna os indivíduos presos à necessidade de se sacrificar por dietas e procedimentos estéticos, como apontou Goldenberg (2008).

Paralelamente, Silvana V. Goellner (2008) denomina o imperativo da beleza como esse sistema de práticas que tornam a busca pela beleza uma obrigação e que se perpetua principalmente entre as mulheres.

Uma meta em função da qual as mulheres devem investir esforços energias, dinheiro e emotividades. Sob os auspícios de discursos médicos e hedonistas, inúmeras prescrições são direcionadas para a edificação deste imperativo, cuja rede de poderes a ele associado investe o corpo feminino como objeto de consumo próprio e também de uma sociedade que tem na aparência corporal um dos marcadores da identidade dos sujeitos. (GOELLNER, 2008. p.250)

De maneira direta ou indireta, existe uma ligação entre beleza e a importância do corpo para a sociedade atual. Assim como o culto ao corpo, a

supervalorização da beleza também movimenta um sistema financeiro determinado pela política vigente (WOLF, 1992). Ambas delineiam e definem hierarquias sociais, estabelecendo uma relação de competitividade entre os indivíduos. Entre as idosas e as mulheres mais jovens a questão é ainda mais desafiadora.

O envelhecimento na mulher é "feio" porque as mulheres adquirem poder com o passar do tempo e porque os elos entre as gerações de mulheres devem sempre ser rompidos. As mulheres mais velhas temem as jovens, as jovens temem as velhas, e o mito da beleza mutila o curso da vida de todas. E o que é mais instigante, a nossa identidade deve ter como base a nossa "beleza", de tal forma que permaneçamos vulneráveis à aprovação externa, trazendo nosso amor-próprio, esse órgão sensível e vital, exposto a todos. (WOLF, 2001, p.17)

Ao longo da vida, a mulher briga por espaço, visibilidade e autonomia. Quando enfim ela os conquista e poderia desfrutar desse momento de liberdade ou distanciamento das barreiras impostas socialmente, ela envelhece. Na velhice, a mulher fica diante de outro paradigma e de uma nova necessidade para conquistar seu espaço. Ou seja, a velhice contribui, de maneira cruel, para a desvalorização da mulher, uma vez que ela perde o valor simbólico da beleza (status) adquirido na juventude (WOLF, 1992). Daí, a necessidade imposta pela dinâmica do culto ao corpo e da beleza da constante valorização da representação da jovialidade que, por sua vez, é utilizada como artifício para marginalizar os corpos enrugados, envelhecidos, flácidos e dissonantes, definidos por Malu Fontes.

Por outro lado, Guitta Debert (2004) aponta para um movimento contemporâneo de quebra de paradigmas e estereótipos ainda impregnados nos estudos sobre envelhecimento. O processo de perda e marginalização do envelhecimento tem sido substituído, segundo a autora, por novas conquistas e valorização de experiências vividas. “Os saberes são ganhos que oferecem oportunidades de realizar projetos abandonados em outras etapas e estabelecer relações profícuas com o mundo dos mais jovens e dos mais velhos” (DEBERT, 2004, p.14)

Do mesmo modo, como ressaltado anteriormente, essa tendência para produzir uma nova imagem das pessoas com mais de 60 anos, ainda não dão conta dos problemas que surgem com a perda de capacidade física e motora. Capacidades que “são fundamentais, na nossa sociedade, para que um

indivíduo seja reconhecido como um ser autônomo, capaz de um exercício pleno dos direitos de cidadania” (DEBERT, 2004, p.15).

Outra questão que surge, resultado dos estereótipos ainda existentes e invisíveis à grande mídia, é a prática da sexualidade dos idosos.

Sexualidade e a terceira idade

A Sexologia, que se baseia na antropologia, sociologia, psicologia, biologia e história, foi reconhecida como área de estudo a partir do fim do século XIX. Um de seus pioneiros foi o sexólogo Richard von Krafft-Ebing, que tratava a sexualidade como uma energia incontrolável, um instinto natural, intrínseco ao ser humano. Essa definição de sexualidade era bastante comum nos primórdios da sexologia.

(...)há uma ênfase no sexo como um "instinto", expressando as necessidades fundamentais do corpo. Isso reflete uma preocupação pós-darwiniana do final do século XIX, em explicar todos os fenômenos humanos em termos de forças identificáveis, internas, biológicas. (WEEKS, 1996, p.26)

Essa visão darwiniana de sexualidade vem aos poucos sendo abandonada. Segundo Jeffrey Weeks, autores como Michel Foucault defendem que a sexualidade, como a conhecemos, é mais uma construção histórica e cultural. A própria noção de sexualidade ser fundamental para a definição da identidade do ser humano, também pode ser considerada uma construção histórica (WEEKS, 1996).

As culturas fornecem categorias, esquemas e rótulos muito diferentes para enquadrar experiências sexuais e afetivas. A relação entre o ato e a identidade sexual, de um lado, e a comunidade sexual, de outro, é igualmente variável e complexa. Essas distinções entre atos, identidades e comunidades sexuais são, então, amplamente empregadas pelos autores e autoras construcionistas. (WEEKS, 1996, p. 33)

Em seu texto, Weeks usa os termos “essencialistas” e “construcionistas” para distinguir os autores que defendem a sexualidade como instinto daqueles que a defendem como construção social. Na cultura ocidental, segundo Foucault, a sexualidade não é reprimida enquanto discurso. Muito pelo contrário, a tendência de se falar sobre sexo sempre esteve presente historicamente e vem aumentando com o passar dos anos. Para o autor, isso faz

parte de uma estratégia de controle social sobre os indivíduos, que em vez de se utilizar de proibição e censura, se baseia na necessidade de definições e limitações sobre como devem seus corpos ao exercer essa sexualidade (WEEKS, 1996).

(...)deveríamos ver o poder não como uma força negativa que atua com base na proibição ("não deverás"), mas como uma força positiva preocupada com a administração e o cultivo da vida ("você deve fazer isto ou aquilo"). Trata-se do que ele denomina "biopoder"; e a sexualidade tem aqui um papel crucial. Pois o sexo é o pivô ao redor do qual toda a tecnologia da vida se desenvolve: o sexo é um meio de acesso tanto à vida do corpo quanto à vida da espécie; isto é, ele oferece um meio de regulação tanto dos corpos individuais quanto do comportamento da população (o "corpo político") como um todo. (1993, apud. WEEKS, 1996, p.36)

Ao se considerar o conceito de sexualidade como um construto cultural e histórico, nota-se que a ideia que se tem de sexualidade das mulheres na cultura ocidental foi construída a partir da sexualidade masculina. Assim como Foucault, Guacira Louro também defende as identidades sexuais como construções sociais:

Os grupos sociais que ocupam as posições centrais, "normais" (de gênero, de sexualidade, de raça, de classe, de religião etc) têm possibilidade não apenas de representar a si mesmos, mas também de representar os outros. Eles falam por si e também falam pelos "outros" (e sobre os outros); apresentam como padrão sua própria estética, sua ética ou sua ciência e arrogam-se o direito de representar (pela negação ou pela subordinação) as manifestações dos demais grupos. (...) As identidades sociais e culturais são políticas. As formas como elas se representam ou são representadas, os significados que atribuem às suas experiências e práticas é, sempre, atravessado e marcado por relações de poder. (LOURO, 1997, p.10)

Como parte do grupo hegemônico da civilização ocidental, o homem branco, heterossexual, cristão e favorecido economicamente, teve o poder de conceituar a maneira como as mulher encaram a sua própria sexualidade, de acordo com seus interesses. O mito da beleza (abordado anteriormente), segundo Naomi Wolf, também é um belo exemplo de construção histórica. A mulher é influenciada de tal forma pela ideia erótica que o homem faz sobre seu corpo, que, atualmente, elementos visuais de pornografia são utilizados em anúncios para vender produtos voltados para a ela. A autora cita uma propaganda de maquiagem:

A mulher aperfeiçoada está de bruços, com a bacia fazendo pressão para baixo. Suas costas estão arqueadas, a boca aberta, os olhos fechados, os mamilos eretos. Sobre a pele dourada, um fino orvalho. A posição é a da fêmea por cima. O estágio de excitação, a fase de platô que antecede o orgasmo. Na página seguinte, uma versão dela, de boca aberta e olhos fechados, está a ponto de tocar com a língua a ponta cor-de-rosa de um cilindro de batom. (WOLF, 1992, p.174)

A própria relação sexual é influenciada pela ideia masculinizada. Wolf cita um estudo realizado nos Estados Unidos aonde se descobriu que 49% das mulheres tinham fantasias de submissão sexual. A partir do estudo, a autora chama a atenção para o fato de que a exposição a filmes que contém cenas de estupro torna homens e mulheres menos sensíveis à violência contra a mulher. A cena em que a atriz Monica Bellucci protagoniza uma cena de estupro no filme *Irreversível* (2002)²³ é amplamente comentada e conhecida e ilustra a questão da dominação e banalização dos casos de violência sexual. Wolf cita outro estudo em que se descobriu que a exposição a imagens de estupro aumentava o interesse sexual feminino a esse respeito e aumentava suas fantasias de estupro. É ingênuo acreditar que a fantasia de submissão sexual feminina é instintiva.

A pornografia da beleza, porém, está nitidamente tornando as mulheres violentas consigo mesmas. As provas estão à nossa volta. Um cirurgião estica a pele de uma incisão no seio, aqui. Ali, um cirurgião joga todo o seu peso sobre o peito de uma mulher para desfazer caroços de silicone com as próprias mãos. Aí está o cadáver ambulante. Aí está a mulher que vomita sangue. (WOLF, 1992, p.187)

Segundo Balandier (1997), a sexualidade das mulheres é de interesse e controle do homem, devido ao seu poder de procriação. Ao atingir certa maturidade e perder sua função ou papel de procriadora, a mulher torna-se invisível. “As velhas desaparecem. As mães das nossas mães desapareciam, ao terem seu valor social reduzido quando o período de reprodução se encerrava.” (Wolf, 1992, p. 346)

²³ Sinopse do filme: O filme narra, de trás para frente, a história de uma vingança. A primeira sequência mostra dois amigos desesperados, Marcus (Vincent Cassel) e Pierre (Albert Dupontel), saindo pelo submundo de Paris à procura do homem que teria estuprado e espancado Alex (Monica Bellucci), a atual namorada de Marcus e ex-namorada de Pierre. Em seguida, a narrativa volta passo a passo no tempo para mostrar como Marcus e Pierre descobriram o nome do autor do crime, recuando até o próprio estupro e os eventos que o antecederam. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-41769/> (Acessado em 17.06.2013)

No artigo intitulado “Envelhecimento Feminino e Sexualidade: Uma abordagem antropológica em baile de idosos” (In: Gênero e Velhice 2005), Carolina Marback Barbosa de Souza cita um estudo realizado na França intitulado *O Outono do Amor*. O estudo constatou a existência de uma desafetação seguida de abandono da vida sexual durante e após a menopausa. Segundo o estudo, a reprovação social e a autocensura referentes à inconveniência de se ter uma vida sexual em idade avançada estavam e ainda podem estar na origem da interrupção da sexualidade ativa na maturidade. O que justifica o assunto ainda ser tratado como tabu.

Felizmente, ou infelizmente, a mulher não sofre sozinha com o estigma da invisibilidade na maturidade. Julgados inaptos à prática sexual, homens e mulheres são despidos de identidades como sexo, classe social e raça, antes tão relevantes, para serem identificados apenas pela sua faixa etária. (SOUSA, 2009, p. 137)

A velhice, (...), implica dizer que ela é uma experiência tão intensa que todos os outros fatores que pesaram sobre o indivíduo ao longo de toda a sua vida (como: raça, gênero e classe social), desaparecem quando se envelhece. Como se essa experiência tornasse subitamente iguais todos os indivíduos que a vivem. (SOUSA, 2009, p. 137)

Estatísticas comprovam, porém, que a população idosa continua sexualmente ativa e exposta a doenças sexualmente transmissíveis. Dados do Ministério da Saúde informam que 10% dos casos de AIDS no Brasil foram registrados entre homens com mais de 50 anos de idade e 11% entre mulheres pertencentes a essa faixa etária²⁴. A falsa ideia de que não existe sexo na maturidade provoca negligência tanto do poder público quanto dos próprios idosos em relação à prevenção de doenças sexualmente transmissíveis.

Segundo o Boletim Epidemiológico DST/AIDS de 2008, divulgado pelo Ministério da Saúde, menos de 20% dos brasileiros com mais de 50 anos de idade declararam fazer uso de preservativos nas relações sexuais. Ainda segundo o boletim, o número de contaminados com mais de 50 anos dobrou de 1996 para 2006. Em dez anos, a incidência de AIDS nessa faixa etária subiu de 7,5 para 15,7 casos para cada 100 mil habitantes.

²⁴ Dado extraído de artigo publicado no Portal do Envelhecimento. Disponível em: <http://www.portaldoenvelhecimento.org.br/artigos/artigo554.htm> (Acessado em 16.06.2013)

Após a divulgação desses dados, em 2008, o Ministério da Saúde lançou uma campanha com o bordão “Sexo não tem idade. Proteção também não”. Com o público alvo composto por homens com mais de 50 anos de idade, a campanha incluía cartazes e vídeos com mensagens que estimulavam o uso da camisinha para prevenir não só a AIDS, como também outras doenças sexualmente transmissíveis.

Em abril de 2012, a organização independente *Safer Sex for Seniors* lançou campanha publicitária que causou polêmica, ao veicular imagens de idosos vestidos ilustrando posições do Kama Sutra para promover o sexo seguro. As imagens erotizadas de idosos e idosas foram tão chocantes que a campanha teve uma divulgação imensa. As críticas e elogios deram ampla visibilidade à campanha. A preocupação das autoridades da Flórida, Estados Unidos, onde as propagandas foram veiculadas, é de que as imagens desviem o foco do objetivo principal de divulgar o sexo seguro²⁵. A organização é um grupo independente fundado por terapeutas, pesquisadores, e educadores que se propõem a promover a educação sexual entre a população idosa norte-americana.

Campanhas para prevenção e promoção da saúde entre a terceira idade ainda são pontuais, embora devam ser percebidas como avanço na discussão do assunto. Cabe aos meios de comunicação o papel de aumentar o debate dessas questões durante diferentes época do ano, sem estigmatizar o assunto, tornando-o proibido. A falta de informação e o não agendamento dessas questões na sociedade apenas agrava os problemas citados com relação à prática da sexualidade e às doenças que podem surgir sem sexo seguro.

Por fim, como procedimento metodológico, o próximo tópico retoma a história das revistas no mundo e no país. Esse produto midiático tão particular possibilita espaço para debates mais amplos e concisos, que muitas vezes, os jornais impressos ou online não dão conta devido à falta de tempo e ausência de profissionais especializados e familiarizados com o meio. Por isso, a necessidade de entender como se deu o surgimento e o desenvolvimento do jornalismo de revista.

²⁵ Fonte: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/campanha-mostra-idosos-ilustrando-posicoes-do-kama-sutra> (Acessado em 10.05.2013)

Jornalismo de revista

As revistas, jornais, a televisão e a internet são meios que divulgam estilos de vida e valores, antecipando fatos, sugerindo e modificando ações. Muitas revistas possuem características de manuais, os quais, por meio da utilização de uma linguagem específica, procuram formar o comportamento e o estilo de vida das leitoras.

O mercado editorial de revistas é bastante competitivo no Brasil. Mensalmente, são produzidos cerca de 200 títulos, distribuídos em 30 mil pontos de venda. São vendidos aproximadamente 600 milhões de exemplares por ano. Entre as 25 revistas com maior circulação semanal, estão as dirigidas às mulheres: *Viva! Mais*, *Ana Maria*, *Malu*, *Sou +Eu!*, *Revista Tua* e *Sete dias com você*. Entre as de maior circulação mensal, incluem-se as dirigidas às mulheres: *Cláudia*, *Nova*, *Manequim*, e *Gloss*.²⁶

Segundo Marília Scalzo (2003), a primeira publicação que se encaixa nos moldes das revistas atuais foi a *Gentleman's Magazine*, lançada em Londres, em 1731. O nome foi inspirado nas grandes lojas que vendiam de tudo um pouco – os *magazines*. O termo *magazine* passou então a ser usado para designar as revistas. Na França, porém, em 1693, já havia surgido a publicação periódica de pauta variada *Mercúrio das Senhoras*, provavelmente a primeira voltada para as mulheres. Ainda não poderia ser chamada de revista, mas já indicava uma segmentação de público com conteúdo multitemático.

A primeira grande revista para mulheres no país foi publicada em São Paulo, em 1914. Com o nome de *Revista Feminina*, sua tiragem média era de 15 mil exemplares e a maioria de suas leitoras eram assinantes, que participavam das promoções anunciadas na revista. Propriedade da *Empresa Feminina Brasileira*, que fabricava e vendia produtos de beleza, literatura, entre outros produtos destinados às mulheres, a *Revista Feminina* foi considerada por muito tempo, uma bela união entre imprensa, indústria e publicidade (BUITONI, 1986).

A década de 1950 intensificou o progresso da vinculação entre consumo

²⁶ Fonte: Associação Nacional de Editores de Revistas. Disponível em: <http://www.aner.org.br/> (Acessado em 07.05.2013)

e imprensa feminina, com o crescimento nacional das indústrias cosméticas e a relativa ampliação da classe média.

Nos últimos anos, grande parte da imprensa feminina se direcionou a este padrão de mulher e produziu revistas que serviam de norteadoras para um novo padrão de vida repleta de glamour, como se fossem guias de sobrevivência. A revista *Nova*, por exemplo, traz em suas publicações mensais um *Guia* sobre algum assunto feminino cuja pauta é sempre sexo. A revista *Marie Claire*, da Editora Globo, a cada estação publica um mapa de tendências de moda e objetos de consumo que a leitora não pode deixar de usar ou ter consigo. Para Silva (1998), uma grande parcela das revistas femininas se utiliza de linguagem subjetiva e algumas vezes até imperativa para dizer ao seu público como deve se comportar, cuidar e vestir para se ter uma vida plena.

Os temas abordados pela imprensa voltada ao público feminino se referem exclusivamente ao que as editoras consideram o mundo das mulheres. Para Buitoni (1986), sua área de abrangência parece ser infinita: embora seguidamente ligados ao âmbito doméstico, os assuntos podem ir da dor de dente no filho de sete anos à discussão da política de controle de natalidade, passando pelos quase inevitáveis modelos de roupa e pelas receitas que prometem delícias.

Segundo Buitoni (1986), o factual não é uma prioridade na imprensa voltada para as mulheres, devido a seus conteúdos tradicionais: moda, beleza, culinária, decoração. Seu conteúdo possui alguma ligação com a atualidade, mas não é necessariamente definido por ela. A moda possui a obrigação de ser atual, porém sua atualidade é pré-fabricada de acordo com as tendências de mercado. Astros da música, televisão e cinema ligados a acontecimentos do momento costumam ganhar espaço nessas publicações.

Por outro lado, segundo Wolf (1992), apesar de serem amplamente consumidas, muitas vezes, as próprias leitoras criticam estes tipos de revistas. As revistas da mulher perfeita são acusadas de subestimar a inteligência de suas leitoras, concluindo que a vida delas se resume somente a sexo, trabalho e filhos. Para Swain, em uma análise sobre representações sociais e “revistas femininas”, a comunicação contemporânea tem papel único e, praticamente, ilimitado de veiculação de imagens, símbolos e representações que “atualizam, das profundezas da memória discursiva, imagens estereotipadas do feminino e

do masculino, mas não apenas em um espaço cultural definido”, (2001, p.20). O resgate da mídia por discursos pré-determinados, prontos e estigmatizados (anteriormente discutido por Jodelet no tópico sobre Corpo, Beleza e Juventude) é algo que permeia a maior parte dos meios de comunicação. O desafio, depois de reconhecer esses complexos dispositivos discursivos, é elaborar reportagens, produtos audiovisuais e peças publicitárias que possam ir além de estereótipos, relações de poder entre indivíduos e sua sexualidade e a ditadura por corpos plastificados e joviais.

A mídia tem bons exemplos de reportagens que conseguiram ampliar o debate a determinadas questões, principalmente, sobre a terceira idade. Resta aos profissionais e espaços alternativos de comunicação ampliar a discussão e propor o desafio diário de combater estereótipos e tabus existentes, principalmente quando se trata de minorias sociais.

1.6.QUESTIONÁRIO

Antes da etapa de planejamento e produção de material midiático é importante se aproximar do público com o qual se deseja trabalhar para entender seu perfil de interesse, suas demandas e quais aspectos precisam ser ou não evidenciados. Marília Scalzo (2003) ressalta que a pesquisa de público é como um guia para entender possíveis erros existentes e até perceber quais ideias seriam ou não adequadas para aquele público específico.

Seguindo essa orientação, para a produção desta revista, percebeu-se a necessidade de entender o perfil das pessoas acima de 60 anos, bem como as demandas e assuntos que eram mais valorizados. O questionário serviu como base para a produção deste projeto, embora sejam observados problemas na elaboração de algumas perguntas e itens mais subjetivos. Assim, antes de avançar para falar sobre os resultados do questionário é necessário entender o local de recorte escolhido para aplicação da pesquisa.

GEPAFI

Com a intenção de abordar um pequeno grupo que fosse diversificado social e economicamente e que estivesse dentro da faixa etária acima de 50 anos, procurou-se aplicar questionário com perguntas objetivas e subjetivas para que se pudesse entender o perfil e os interesses do grupo e, a partir dali, formular projeto editorial da revista. O Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Atividade Física para Idosos (GEPAFI)²⁷, localizado na própria Universidade de Brasília, foi o escolhido. Além do fácil acesso, os participantes possuem o perfil inicialmente necessário para aplicação do questionário.

O projeto da faculdade de educação Física da UnB existe desde 1997, e é orientado pelos professores Marisete Peralta Safons e Márcio de Moura Pereira. No local, são atendidos, em média, 250 alunos por semestre, divididos em diversas atividades oferecidas no local, como dança, yoga e condicionamento físico. Com parceria da Secretaria de Saúde do Distrito Federal, também tem a função de capacitar profissionais que pretendem atuar com atividade física para pessoas com diagnóstico de osteoporose.

²⁷ Disponível em: <http://www.gepafi.com/> (Acessado em: 08.04.2013)

O questionário, portanto, foi aplicado para 54 voluntários (homens e mulheres), entre os meses de agosto a setembro de 2012. O objetivo de aplicar o questionário para homens e mulheres era o de conhecer as demandas e o perfil desses dois grupos, embora a opção inicial já era a de se concentrar nas mulheres. Durante a compilação dos dados foi possível fazer o recorte de sexo feminino e renda para mulheres acima de 60 anos, pertencentes à classe média, já que correspondiam a maioria dos voluntários. No total, participaram 40 mulheres, 12 homens e 2 que não definiram sexo e por isso, foram descartados da pesquisa.

O dados relativos a escolaridade, faixa etária e faixa salarial foram os seguintes:

Total da amostra	Idade	Escolaridade	Faixa Salarial
	55 a 60 anos: 4%	Ens. Fundamental Incompleto. 2%	1 a 3 salários: 4%
	60 a 65 anos: 15%	Ensino Médio: 8%	4 a 10 salários: 18%
	65 a 70 anos: 11%	Ensino Sup. Incompleto ou Completo: 28%	10 a 20 salários: 8%
	70 a 75 anos: 6%	Não responderam: 2%	Acima de 20 salários: 6%
	75 a 80 anos: 1%		Não responderam ou não sabem: 4%
	80 a 85 anos: 1%		
	85 a 90 anos: 1%		
	Não responderam: 1%		
40 pessoas pesquisadas: 100%			

Fonte: Elaboração própria (2013)

De acordo com o questionário aplicado é possível inferir que a faixa etária é diversificada, embora a maioria tenha entre 60 a 65 anos. A maioria tem ensino superior (completo ou incompleto), o que poderia justificar pertencerem às classes socioeconômicas A e B. No entanto, mesmo especificando as profissões de cada uma das entrevistadas, não é possível saber – dada a elaboração do questionário – se a renda provem de algum ente da família, se está relacionada a algum benefício em casos de viuvez ou ainda,

se a renda é própria. Como procedimento metodológico para poupar tempo de quantificação do questionário, optou-se por não categorizar as profissões listadas, mas sabe-se a partir da pesquisa que a maioria se aposentou ocupando cargo público.

Outro aspecto demandado no questionário foi relacionado ao tempo livre dos idosos. Observou-se que a leitura e o encontro com os amigos estão entre as atividades de lazer da maioria. Os participantes também responderam que utilizam o tempo livre cuidando da família (filhos, netos e outros parentes), além de saírem para viajar e realizar outras atividades culturais.

Os quesitos leitura e periodicidade podem ser separados assim (considerando, ainda, que era possível escolher mais de uma opção entre livros, revistas, jornais, livros impressos, livros digitais, sites):

Meio que leem	Periodicidade
20 leitura de jornais	28% leem diariamente
26 leitura de livros	8% leem semanalmente
23 leitura de revistas	2% não opinaram
11 leitura em sites	

Fonte: Elaboração própria (2013)

Os resultados da pesquisa reforçaram a ideia inicial de que o formato preferencial para a revista teria o tamanho de livro (17,6 X 25,3), quase como uma revista de bolso. A opção por edições mensais seria por questões de mercado, mas a maioria lê diariamente esses meios ou algum deles. No entanto, há uma falha no momento do cruzamento de informações entre frequência e preferência de leitura (Ver Anexo com questionário aplicado). Não é possível, por exemplo, ao escolher entre jornais e revistas, saber se apenas a leitura de um dos meios selecionados é diária, semanal ou mensal.

A seguir a separação por preferência de tema, o que determinou a escolha das editorias da revista a ser produzida. Assim como a preferência pelos meios de leitura, foi possível marcar mais de uma opção.

Temas/Preferências	Porcentagem
Saúde	28%
Turismo	23%
Decoração	19%
Arquitetura	8%
Moda	18%
Música	19%
Cinema	15%
Artes	10%
Culinária	15%
Política	12%
Economia	12%
Direitos	7%
Beleza	11%
Entrevistas Perfil	12%
Esportes ou Exercícios	13%
Tecnologia	5%
Sexo	3%

Fonte: Elaboração própria (2013)

Os temas de tecnologia e sexo foram incorporados a outras editoriais por causa da baixa frequência com que apareceram na pesquisa. Além disso, os temas Esportes e Exercício foram somados como sendo um único item já que as palavras e o conceito podem ser considerado muito próximos. Ainda que a amostragem tenha sido pequena é possível apontar, a partir dos dados obtidos no questionário, o perfil dos idosos que participaram do questionário: a maioria está entre as classes A e B, gostam de ler e tem maior interesse por assuntos ligados à saúde, turismo, artes e culinária.

Observa-se que o perfil das pessoas que participaram do questionário, fazem parte de um grupo que desfruta de mais tempo para o lazer e para investirem em tarefas que não puderam realizar durante a juventude, como viajar e praticar esportes. O questionário não mostra as desigualdades socioeconômicas persistentes nessa faixa etária.

De acordo com dados do PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) 2009, “a escolaridade dos idosos brasileiros é ainda considerada baixa: 30,7% tinham menos de um ano de instrução. Pouco menos de 12,0%

viviam com renda domiciliar per capita de até ½ salário mínimo e cerca de 66% já se encontravam aposentados” (SIS-IBGE, 2010)²⁸. O indicador também ilustra o que foi comprovado pelo questionário aplicado com os idosos do GEPAFI: a questão das mulheres serem maioria (55,8%) entre as pessoas com mais de 60 anos, em relação aos homens (44,2%).

A população brasileira, como já foi dito, tem envelhecido cada vez mais rápido, por isso, a sociedade civil, a mídia e o governo precisam voltar-se para esse segmento, com o intuito de garantir melhor qualidade de vida e a efetivação de direitos já conquistados por lei. Portanto, os indicadores, juntamente com os dados apresentados anteriormente, são uteis para que se perceba a realidade dos idosos e suas carências.

²⁸ Trecho extraído do documento “Síntese de Indicadores Sociais”, elaborado pelo IBGE em 2010.

Disponível em:

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsoais2010/SIS_2010.pdf (Acessado em: 27.05.2013)

1.7.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A produção da pesquisa teórica e da revista ALIÁ se divide em três principais etapas, sendo elas: pesquisa inicial, projeto editorial e elaboração das pautas e projeto gráfico.

1.7.1. Pesquisa Inicial

Antes da elaboração conceitual da revista, a pesquisa bibliográfica para elaboração deste Memorial foi essencial para que pudéssemos conhecer o possível público-alvo da revista e o que ainda poderia avançar em relação às pesquisas sobre envelhecimento no Brasil. Artigos, teses, matérias jornalísticas, entre outros materiais, foram utilizados como fonte de pesquisa.

Em um segundo momento, foi necessário escolher autores que pudesse sugerir o caminho que melhor poderia se encaixar na proposta editorial da revista. Entre os principais pesquisadores selecionados para elaboração teórica desse trabalho, destacamos aqueles que tinham produção bibliográfica relativa às revistas brasileiras, à cultura, às representações e aos estudos feministas e de gênero. Procuramos, utilizando esses temas centrais, debater o espaço das pessoas idosas na mídia e na sociedade.

A partir daí, surgiu a reflexão teórica sobre o que, ao longo dos anos, foi considerado aspecto positivo em relação à conquista das demandas dos idosos e o que ainda, por outro lado, ainda era tido como negativo ou se colocava como obstáculo na questão do envelhecimento. Dessa forma, destacamos o tabu da prática da sexualidade e o mito da beleza e juventude como aspectos negativos que contribuem para o fortalecimento de desigualdades e estereótipos.

Finalmente, realizamos breve pesquisa por revistas não-científicas brasileiras e referências internacionais voltadas para o público idoso ou que continham a temática do envelhecimento relacionada, de alguma forma, às mulheres. Desta pesquisa primária, encontramos as revistas *Vivaz*, *Senhor e Sem Hora*, *Terceiridade* e *Plenitude 21*, mencionadas anteriormente. Todas nacionais, mas com circulação na região Sudeste e Sul. Como todas possuem

espaço de publicação digital, pode-se considerar que tenham alcance nacional. A temática principal dessas revistas está ligada à saúde, turismo e bem-estar para a terceira idade.

A revista que mais se aproxima da proposta que buscávamos é a **Plenitude 21**, ainda que tenha um enfoque maior em saúde, mas apresenta diversidade de editorias, reportagens com profundidade e boa diversidade de fontes, além de destaque para diagramação e fotografia que também está de acordo com a legibilidade da tipográfica, aspectos importantes para atrair o público da terceira idade.

1.7.2. Projeto Editorial e Elaboração das Pautas

Atrelada a pesquisa inicial, foi aplicado questionário, já mencionado, entre o público idoso para que pudéssemos conhecer inicialmente as áreas de interesse e o estilo de vida do público consumidor. A partir dos resultados obtidos com o questionário, fixamos as 10 editorias que fazem parte da revista proposta, e o projeto gráfico.

A elaboração das pautas foi realizada a partir de sugestões que já tínhamos e também de sugestões que foram surgindo por meio de pessoas entrevistadas. Algumas editorias sofreram alterações ao longo do processo de elaboração da revista, já que o tempo era escasso. No entanto, um fator que contribuiu para a conclusão da revista no tempo previsto foi a opção por utilizar colaboradores para a produção de alguns textos. Como justificativa, nos baseamos em Carlos Alberto Zanotti, autor do artigo “Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade” (2010):

(...)Independentemente de seu amadurecimento ou consenso conceitual, o tema ganha força num momento historicamente importante (...) apontando para uma inovação social, ambiente em que o jornalismo encontra-se imbricado (FRANCISCATO, 2006). Nesta etapa, os meios tradicionais podem usar as iniciativas de participação para aperfeiçoar a produção jornalística, democratizar conteúdos e incorporar públicos ao processo produtivo. (2008, apud. ZANOTTI, 2010, p.33)

Os colaboradores foram escolhidos, principalmente, pelo interesse e curiosidade com a temática do envelhecimento. Critérios relativos à experiência com a pauta selecionada também foram utilizados, como foi o caso da sessão

de literatura e arquitetura, que contou com profissionais da área. A colaboração das jornalistas Sônia Carneiro e Martha Lucena, além da participação da blogueira gastronômica Anna Claudia Stein, também foram essenciais durante a elaboração das reportagens.

Todos da equipe de colaboradores, fotógrafos e diagramadores receberam prazo de um mês para a apuração e fechamento do texto, fotos e projeto gráfico. Contudo, devido a inúmeros imprevistos durante o processo de apuração, o fechamento das matérias só foi possível no meio do mês de junho. O que, em uma produção com ritmo normal de redação, ainda estaria dentro do prazo, já que a revista piloto seria publicada em julho.

1.7.3 Projeto Gráfico

Assim como a ideia inicial do projeto editorial da ALIÁ, o projeto gráfico também seguiu breve análise de revistas direcionadas para as mulheres ou, especificamente, para a terceira idade. A escolha da tabela de cores procurou dar suavidade a alguns temas e seriedade a outros, além de servir como uma das marcas de identificação do público com as matérias de cada editoria.

O formato escolhido - 17,6 X 25,3 – procurou privilegiar o gosto dos idosos pela leitura (quesito explicitado anteriormente no capítulo do questionário), além de ser o diferencial entre as demais revistas impressas direcionadas às mulheres ou aos idosos. A praticidade também foi outro fator que influenciou na escolha do formato.

Assim, toda a elaboração gráfica da revista procurou privilegiar fotografia e texto de maneira equilibrada. A família tipográfica escolhida também foi pensada para aumentar legibilidade e imprimir leveza nos textos. Por fim, a fotografia procurou dar ênfase para os personagens e detalhes da cena de cada matéria, o que exigiu experimentação e envolvimento dos colegas fotógrafos.

O processo para definir aspectos de diagramação das páginas, utilização das cores e criação da marca para a revista, assim como a definição de cada editoria estão apresentadas com mais detalhes nos capítulos seguintes desta pesquisa.

1.8.MEMÓRIA

Ao longo da graduação, o feminismo e temas ligados ao envelhecimento sempre estiveram ligados de alguma forma a minha rotina acadêmica. Contudo, o interesse pela temática do envelhecimento se tornou mais presente quando cursei a disciplina Comunicação e Gênero, em 2011. Como resultado da disciplina, elaborei artigo intitulado: “Lara com Z: a representação da mulher idosa na TV”²⁹.

A relação com os Estudos Feministas surgiu em vários momentos ao longo do curso, mas acredito que minha afinidade com o feminismo tenha se intensificado depois da elaboração de perfil para a revista *Campus Repórter* (2011) sobre a historiadora e feminista Tânia Navarro Swain. Depois de toda a influência de textos e artigos lidos, surgiu a ideia de unir as duas temáticas de interesse e elaborar uma revista direcionada às mulheres com mais de 60 anos, procurando colocar em prática a base teórica e as experiências vividas com o jornalismo.

Já durante a infância, adolescência e vida adulta, Renata sempre teve contato com mulheres com mais de 60 anos. Desde cedo, percebeu que existiam diferenças consideráveis entre essas mulheres. Algumas já demonstravam sinais claros de perda de lucidez, outras demonstravam saúde física intacta, outras eram debilitadas fisicamente, mas gozavam de memória invejável.

Percebeu também que essas diferenças nada sutis não estavam relacionadas à idade daquelas senhoras, mas sim à personalidade e ao estilo de vida. Essa constatação causou uma inquietação que acompanhou Renata até a vida universitária. A necessidade de produzir uma publicação voltada para mulheres com mais de 60 anos, consolidou-se após assistir a uma série de vídeos na internet que faziam parte de um documentário sobre o estilo de se vestir de algumas senhoras que moram em Nova Iorque. Todas as mulheres

²⁹ Artigo apresentado no **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Intercom Júnior (2011). Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=39012> (Acessado em 25.05.2013)

entrevistadas para o documentário demonstravam uma segurança e um equilíbrio físico e emocional invejáveis. A partir disso, quis descobrir mulheres com mais de 60 anos com esse perfil em Brasília e entorno.

O medo de envelhecer, das rugas, das doenças e das incapacidades físico-motoras que surgem com essa etapa, o medo da solidão e da morte, entre outros inúmeros fatores podem ser considerados como semente de toda a pesquisa realizada sobre o tema. Todas essas inquietações pessoais surgiram, em alguma etapa do trabalho teórico e prático de produção da revista. As aflições e medos não desapareceram, mas ao pesquisar sobre o tema percebemos que toda essa insegurança que surge com a velhice faz parte da essência de cada um de nós ao se deparar com etapa diferente e nova da vida. O conforto por não estarmos sós toma o lugar do medo desse tal envelhecimento.

Iniciou-se a pesquisa em 2012, com a aplicação de questionário (teve elaboração própria, já que o contato com pessoas do curso de Estatística, sugestão da orientadora, não foram efetivos devido ao período de greve). O questionário, aplicado para um grupo de idosos da Faculdade de Educação Física da Universidade de Brasília, teve como objetivo entender o perfil e os temas de interesse do público alvo da revista.

Inicialmente, a pesquisa para desenvolvimento desse produto foi realizada separadamente. Renata e eu nos juntamos para produzir uma única revista já no início do semestre, em abril deste ano. Dessa forma, com um planejamento em equipe, procuramos elaborar um produto que pudesse abordar, com o auxílio do jornalismo, as principais demandas dos idosos.

As primeiras etapas, durante o mês de abril, serviram para finalizar a compilação dos dados do questionário, fechamento dos principais autores que seriam utilizados no referencial teórico, além de fechamento das principais editoriais da revista piloto. Nesse período também foram estabelecidos alguns cronogramas para busca de possíveis colaboradores para texto, fotografia e diagramação. A disponibilidade e curiosidade de amigos e conhecidos resultou, ao final do mês, em cinco colaboradores para texto, dois fotógrafos, dois diagramadores e um ilustrador – no caso do ilustrador, Tiago, a busca se deu por meio de cartazes distribuídos em alguns pontos da universidade. Ele foi o único que se interessou pelo anúncio e entrou em contato com a gente.

No mês seguinte, maio, um cronograma de pautas e prazos para diagramação foi estabelecido. A ideia era ter até o final do mês todas as sete matérias (editoria de Esportes, Beleza, Moda, Capa, Turismo, Entrevista e Perfil) prontas para a edição final da orientadora. O prazo foi cumprido apenas para 3 matérias, as demais foram finalizadas durante o mês de junho.

A principal dificuldade observada foi a de encontrar pessoas que se disponibilizem a dar entrevista para uma revista piloto. Alguns dos entrevistados demoravam para cumprir prazos para enviar algum material ou dados, por exemplo. No caso dos idosos que serviram como personagens das reportagens, percebemos certa resistência deles para participar e serem entrevistados. Ainda que a ideia da revista despertasse interesse e curiosidade entre eles (já que a maioria dos idosos disse não conhecer publicações específicas e que não tivessem somente o viés da saúde nas reportagens), quando o termo idoso era pronunciado, um gesto de negação, um riso irônico ou mesmo um “mas eu não me considero idoso!”, apareciam. Por isso, passamos a optar pela denominação de “revista voltada para pessoas com mais de 60 anos”.

Importante perceber na reação de especialistas, pesquisadores e pessoas comuns a necessidade de repensarmos esse novo idoso brasileiro. São pessoas que realizam diversas atividades e tem uma ligação forte com a prática de hábitos saudáveis. Por outro lado, a maioria das pessoas que participaram de alguma forma das reportagens destacaram que, embora o acesso à saúde, alimentação, moradia e segurança tenham melhorado entre idosos, muitos deles ainda ficam à margem das estatísticas.

A marginalização de alguns idosos ainda é resultado das falhas existentes nas políticas públicas. Ouvimos histórias de pessoas que passavam dos 60 anos e não tinha expectativa de conseguir aposentadoria ou moradia própria. Sem falar naqueles que por necessidade ou lacunas nos relacionamentos familiares, vivem em asilos e casas de abrigo.

Ainda que a revista seja direcionada para mulheres que pertencem às classes A e B (classe média alta e classe média), também tivemos a preocupação de pensar em pautas que poderiam debater essa enorme desigualdade social entre homens e mulheres independente de classe econômica. No entanto, a questão do tempo e dos recursos financeiros para

elaboração da revista (que não contou com nenhum patrocínio durante sua execução), podem ter impossibilitado a maior discussão de temas ainda pouco debatidos nos principais jornais e revistas do país.

A divisão do processo de elaboração das matérias foi feita de acordo com a afinidade de cada assunto escolhido. Em algumas matérias, o nome de ambas foi dividido entre repórter e colaborador, dependendo da participação durante o processo de elaboração das pautas.

O longo processo de elaboração da revista se colocou como desafio diário para cumprir prazos, ajustar agendas e produzir reportagens de qualidade e que procurassem, ainda que minimamente, uma nova abordagem. Algumas reportagens poderiam ter maior diversidade de fontes, outras poderiam ter dados mais atuais.

No entanto, enquanto produto final (somando fotografia, texto e diagramação), o resultado final da revista foi além do esperado, mesmo com todos os obstáculos enfrentados ao longo da produção. O resultado são reportagens que ilustram toda a bagagem adquirida ao longo da formação universitária e que, em produções futuras, as lacunas que não foram preenchidas por causa do tempo ou poucos recursos, podem ser aperfeiçoadas.

PARTE 2

2.1.PROJETO EDITORIAL

Perfil da revista

Uma proposta editorial e um convite a uma visão menos estereotipada acerca da maturidade da mulher contemporânea. Voltada para mulheres de classe média e a partir dos 60 anos. Não há restrição de gênero quanto a escolha de fontes, colaboradores ou integrantes da equipe editorial, desde que a base da elaboração da revista e das reportagens sempre tenha as mulheres como elemento central ou integrante.

Nome

ALIÁ é uma mulher fictícia com mais de 60 anos que vive em uma das grandes cidades brasileiras e, mesmo com autonomia e segurança financeira conquistadas com o trabalho, **ALIÁ** também enfrenta os desafios que surgem com o envelhecimento. **ALIÁ** é uma mulher forte e que luta, diariamente, por seu espaço, livre de estereótipos e preconceitos. Ela é flexível e está pronta para aprender e adquirir conhecimento sobre diversas áreas. O nome também faz referência à fêmea do elefante. O mamífero é conhecido pela sua capacidade de memorizar espaços, além de simbolizar força e resistência.

A revista

A revista **ALIÁ** contará com 84 páginas iniciais, sendo essa numeração apenas um modelo para o exemplar piloto e poderá sofrer modificações ao longo da produção das pautas. Será uma revista mensal com circulação nacional, mas pode conter matérias com foco mais regional ou local. É possível, que para um projeto piloto, nem todas as editoriais sejam contempladas com espaço fixo devido ao tempo necessário para produção das reportagens de cada editoria.

Formato e Editorias

Medidas inspiradas em um livro (17,6 X 25,3). Serão 12 editorias por edição. No caso de temas com grande repercussão ou na possibilidade de pautas, editorias de Tecnologia e Sexo, por exemplo, podem ser incorporadas à revista. As editorias de Saúde e Entrevista não terão espaço na edição piloto,

pois priorizou-se outros temas. As 12 editorias serão divididas e ordenadas de acordo com a seguinte estrutura:

- **Capa e Expediente**
- **Carta da editora:** Expõe a opinião da editora chefe e aborda as principais matérias, como um cardápio apresentado ao leitor. 1 página, Diagramação fixa.
- **Índice:** Guia das seções da revista. 2 páginas.
- **Espaço do leitor:** Espaço para opinião do leitor sobre a revista, além de espaço para crônicas, cartas, fotografias e afins. 2 páginas.
- **Editoria Atualidades (colaborador):** Análise Política, Economia, além de temas ligados à Legislação. O colaborador poderá opinar sobre tema específico de seu interesse ou tema pautado pela editoria da revista. O formato pode ser reportagem, artigo de opinião ou crônica. Entre 2 a 4 páginas.
- **Entrevista:** Conta com participação de especialistas, pesquisadores ou pessoas que tenham relação com a temática da terceira idade. Pode vir acompanhada de gráficos, quadros ou infografia para dar suporte a entrevista. Também tem caráter mais denso e crítico. (No exemplar piloto, a entrevista não terá espaço reservado já que existe a opção de alternar na edição com a editoria de perfil). 3 páginas.
- **Editoria (grande reportagem, capa):** Trata dos temas de grande relevância para o público alvo (incluindo as temáticas de Sexualidade e Comportamento, que também podem vir como editorias separadas da capa). É a principal editoria, pois tem abordagem jornalística mais aprofundada, com diversidade de fontes e enfoques diferenciados, que explorem a capacidade reflexiva do jornalista. É a grande reportagem ou reportagem de capa. Pode conter infografia e ilustração. 10 páginas.

- **Editoria de Turismo:** Matérias produzidas sobre pontos turísticos ou incomuns no Brasil e em outros países. A questão do envelhecimento deverá estar incorporada a essa editoria, seja dando dicas de lugares para público mais diversificado e que possa ser frequentado por idosos ou ainda, falando sobre atividades específicas para a terceira idade. Pode ter colaboradores. 8 páginas.
- **Perfil:** Perfil de pessoas do cotidiano que se relacionem com a temática da terceira idade. Pode abordar vários assuntos de outras editorias, ou seja, produção de perfis para moda, esportes, entre outros. Desde que não sejam matérias já pautadas. Pode alternar espaço com a entrevista, dependendo da edição e do tema escolhido. 6 páginas.
- **Esportes e Nutrição:** Aborda modalidades praticadas por idosos, além de matérias sobre bem estar, lazer e alimentação saudável. 5 páginas.
- **Saúde:** Aborda pautas relacionadas ao tratamento, descoberta e/ou cura de doenças ou distúrbios. Pode vir acompanhada de infografia, quadros, colunas com tira-dúvidas e qualquer outro recurso gráfico que contribua com a reportagem. (Para o exemplar piloto, essa editoria não será contemplada em um espaço separado devido ao curto espaço de tempo para produção da revista). 6 páginas.
- **Beleza:** Reportagens dedicadas à Beleza, que tem a proposta de não focar em cosméticos, mas procurar uma abordagem mais centrada nos personagens e não no consumo de produtos. Pode conter dicas ou quadros para complementar a matéria. 3 páginas.
- **Moda:** Páginas reservadas para editorial de moda conceitual, mostrando a “real beleza” com modelos que tem mais 60 anos. Para o exemplar piloto, a editoria terá um ensaio fotográfico e não editorial, apenas como

forma de ilustrar a beleza e estilo de pessoas idosas. Pode ser um editorial com uma modelo ou várias. Tem entre 10 a 15 páginas (variam de acordo com a temática ou com a quantidade de fotos por modelo).

- **Artes (colaborador):** Aborda temáticas relacionadas a cinema, artes plásticas, teatro, livros, música. Poderá contar com quadro com a programação cultural da cidade. Entre 4 a 6 páginas (dependendo da quantidade de temas abordados por edição).
- **Gastronomia (colaborador):** Resenhas sobre restaurantes e bistrôs da cidade que possam ou não ser espaço de interesse para a terceira idade. Poderá acompanhar pequena coluna com quitutes simples para o dia a dia. 2 páginas.
- **Arquitetura e decoração (colaborador):** Dicas de ambientes, produção manual de materiais, paisagismo e decoração. Pode conter reportagens ou artigos produzidos e propostos por arquitetos. 2 páginas.
- **Ilustração ou Fotografia (colaborador):** 1 página

Espelho da primeira edição:

Capa – expediente

Carta editora pg. 3

Espaço do leitor pg. 4 e 5

Índice pg. 5 e 6

Ed. Atualidades pg. 7 a 10

Ed. Perfil pg. 11 a 16

Ed. Esportes pg.17 a 20

Reportagem de CAPA pg.21 a 30

Ed. Turismo pg. 31 a 38

Ed. Beleza pg. 39 a 42

Ed. Moda pg. 43 a 59

Ed. Cultura (Lit. e Cinema) pg. 60 a 65 (3pgs para cada)

Ed. Gastronomia pg. 66 a 69

Ed. Decoração pg. 70 a 72

2.2.PROJETO GRÁFICO

A Marca

A marca em um produto tem a função de identifica-lo para o consumidor. É a marca que vai representar os valores e ideias centrais que determinado produto possui. No caso da ALIÁ, o nome escolhido teve como proposta inserir um novo produto a ser consumido pelo público-alvo, procurando não se distanciar da ideia da maioria das revistas para mulheres que tem nomes femininos, por outro lado, o nome também poderia ser associado a fictícia com mais de 60 anos. A fonte escolhida foi a *Cronos pro*, na variação *Bold Display*. O tamanho e o estilo da fonte foram escolhidos por representar leveza, seriedade e contribuir para a legibilidade. A princípio, a marca fica na lateral superior esquerda.

Tipografia

A tipografia, assim como outros elementos de composição gráfica, colaboram para chamar a atenção e valorizar a revista e as reportagens como um todo. As fontes utilizadas ao longo da revista pertencem à mesma família *Cronos pro* e são diferenciadas, principalmente, pelo tamanho.

Varição da Fonte	Tamanho
(Título) Bold Display	36pt
(Sutiã) Light Italic	14pt
(Corpo) Regular	11pt
(Créditos) Light Italic	9pt
(Legendas) Light Italic	9pt
(Capitular) Display	4 linhas de altura

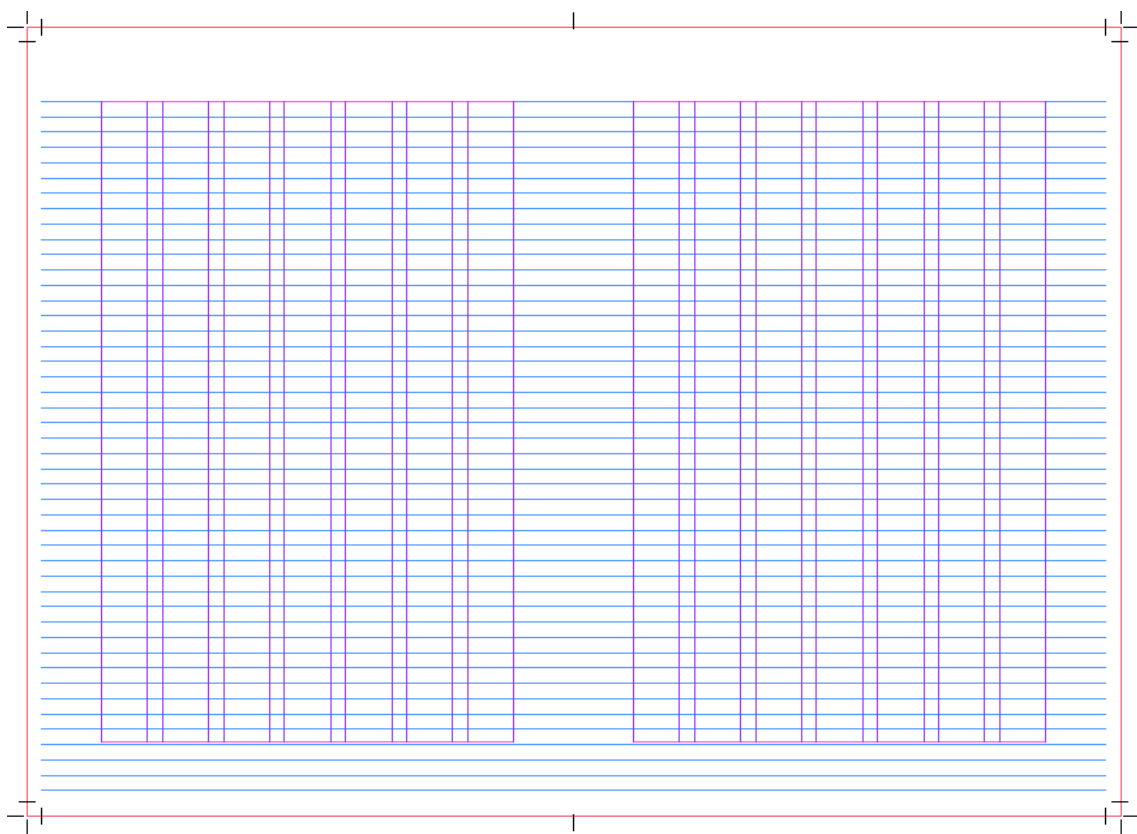
Formato

O formato 17,6 x 25,3cm (margens de 20mm) foi escolhido pela praticidade no transporte e para se diferenciar dos exemplares já existentes. A capa é impressa em papel couché fosco 230g, 4X4 cores. Inclui prova digital, dobrada e laminada. O miolo terá papel couché fosco 115g, 4X4 cores, dobrado,

alceado, refilado e grampeado. O formato e a escolha do papel para impressão tem como função valorizar a junção entre diagramação, fotografia e texto.

Grid

A grid, ou linhas que vão guiar o posicionamento de fotos, texto e outros elementos gráficos, é variável para facilitar a utilização de espaços negativos ao longo das páginas. A grid tem 7 colunas e 5mm de espaço entre elas.



Imagens

Assim como os outros elementos, a qualidade das imagens que serão utilizadas na revista também são essenciais. O tamanho de cada imagem varia de acordo com a página diagramada e editoria. A resolução é sempre de 300dpi com padrão de cor CMYK.

2.3.PLANO DE MARKETING

O plano de marketing aqui apresentado de maneira sucinta teve como referência a edição online do SEBRAE (2005) intitulada: “Como elaborar um plano de marketing”³⁰. A leitura do manual básico colabora com o planejamento realista e conciso do futuro da Aliá, desde sua inserção no mercado até a apresentação de objetivos que permitam seu fortalecimento entre o público-alvo e pessoas interessadas na temática e linha editorial proposta.

Por meio do plano apresentado é possível visualizar, ainda, possíveis desafios na implementação da *Aliá* no mercado e propor alternativas para superar essas barreiras iniciais (como custo, concorrência, entre outros fatores).

2.3.1.Características do Mercado-Alvo

O público-alvo é um dos pilares que definem de que maneira e para quem a revista vai se direcionar na elaboração de reportagens fotográficas e jornalísticas. Aqui surge uma síntese com algumas características sobre o público e o mercado da Aliá, embasado no que foi discutido anteriormente.

Geográficos (país, estado, região)	Idosos que estejam localizados próximos a(s) região(ões) de distribuição da revista
Demográficos (sexo, idade, renda, educação)	Pessoas, preferencialmente mulheres, com mais de 60 anos, pertencentes às classes A e B
Psicográficos (estilos de vida, atitudes)	Pessoas que tem mais de 60 anos e/ou se interessam por temas relacionados ao envelhecimento
Comportamentais	Pessoas que tem hábito pela leitura e

³⁰ Sebrae; Disponível em: [http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/1947E3304928A275032571FE00630FB1/\\$File/NT000B4E62.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/1947E3304928A275032571FE00630FB1/$File/NT000B4E62.pdf) (Acessado em 30.05.2013)

(hábitos de consumo, benefícios procurados)	buscam informação especializada e diversificada
---	---

2.3.2. Análise de Fatores Internos e Externos

Reconhecer quais pontos são passíveis de mudança e quais se tornam diferencial para implementação de uma revista, assim como qualquer outro serviço no mercado, é outro fator essencial para traçar um planejamento com metas e objetivos que se concretizem. Para analisar esses pontos é necessário observar fatores internos – relacionados a empresa e aos funcionários – e fatores externos – relativos, principalmente, à concorrência e questões de concorrência.

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade do produto • Baixo custo • Localizada nos grandes centros consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Marca nova • Pouco investimento financeiro inicial • Falta de experiência na administração
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Produto especializado • Consumo crescente no mercado • Disponibilidade de espaço entre consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Poucos fornecedores locais • Concorrência com outras revistas para mulheres • Dificuldade para fixar equipe de trabalho

2.3.3. Definição de Objetivos e Metas

Objetivos

Com a elaboração de campanha de divulgação eficiente no mercado, planeja-se conquistar o público-alvo, fornecendo produto especializado e de qualidade. Além disso, com a contribuição de colaboradores de diversas áreas relacionadas à linha editorial da Aliá, pretende-se formar uma equipe forte e comprometida com o produto aqui proposto, oferecendo treinamento ou estabelecendo contato com pessoas que possuem experiência em determinada área e que possam contribuir com o grupo.

Metas

Ser reconhecida como produto jornalístico especializado e conquistar idosos de diversas regiões do país, inicialmente no Distrito Federal. Ao produzir revista com qualidade e que desperte interesse do público-alvo, a meta é que depois de 3 anos a *Aliá* possa se tornar forte no mercado, tornando-se atrativo para investidores e publicitários.

2.3.4. Orçamento e Preço unitário da *Aliá*

“Preço é quanto o seu produto ou serviço vale para o consumidor. Para o seu negócio, o preço ideal de venda é aquele que cobre os custos do produto ou serviço e ainda proporciona o retorno desejado pela empresa” (SEBRAE, 2005, p.46). Considerando o fator da *Aliá* ser nova no mercado e entre os consumidores, pretende-se fazer um preço promocional, abaixo do custo sugerido por unidade, para criar um incentivo ao consumo.

Como outra alternativa para reduzir o custo da impressão e venda da *Aliá*, seria buscar alternativas com as gráficas e os possíveis investidores que queiram veicular seus produtos (como publicidade) na revista.

Não estão inclusos no orçamento a impressão de prova ou possíveis valores para entrega. Além disso, não foi considerada possível alteração de preço no caso de maior número de exemplares. Os dados apresentados abaixo foram baseados no orçamento apresentado pela gráfica *Athalaia Ltda*, em maio de 2013.

Descrição do produto: Impressão Digital com formato aberto 35,2 x 25,3 e formato fechado 17,6 x 25,3 cm. Inicialmente, 64 páginas (sendo 60 apenas miolo). A capa é impressa em papel couché fosco 230g, 4X4 cores. Inclui prova digital, dobrada e laminada. O miolo terá papel couché fosco 115g, 4X4 cores, dobrado, alceado, refilado e grampeado.

Quantidade	Preço unitário	Preço total
20 exemplares	R\$54,40	R\$1088,00
200 exemplares	R\$54,40	R\$10.888,00
2mil exemplares	R\$54,40	R\$108.800,00

20mil exemplares	R\$54,40	R\$1.088.000,00
------------------	----------	-----------------

2.3.5. Espaço de Distribuição

O espaço onde será vendida ou distribuída a Aliá é um dos últimos pontos a serem traçados como estratégia de lançamento do produto, assim como a divulgação paralela nos meios de comunicação e redes sociais. “A informação que deve ser repassada deve basear-se nas necessidades de seus clientes e através dos corretos canais de comunicação. A chave do sucesso está em atrair e reter a atenção do consumidor.” (SEBRAE, 2005, p.52)

Pretende-se realizar pesquisa para selecionar os melhores pontos de cada região para determinar locais de distribuição com maior visibilidade. Por enquanto, academias que dispõem de serviço para idosos, bares e restaurantes com público diversificado, livrarias e bancas de jornais e revistas podem ser estudadas como espaço viável de distribuição da *Aliá*.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Os desafios de produzir produto jornalístico para público tão específico foram, e ainda são, inúmeros. Mas, ainda sim, a revista **ALIÁ** e a pesquisa realizada ao longo da sua elaboração foram satisfatórias. A partir da reflexão sobre o espaço dado à terceira idade no país, percebemos com maior clareza as enormes desigualdades existentes entre as pessoas que tem mais de 60 anos. Questões que vão além da falta de acesso à saúde e passam pela dificuldade de moradia digna, alimentação adequada, acesso ao lazer e a garantia de aposentadoria. A ditadura da beleza e o tabu existente para a prática da sexualidade são vivenciados por diferentes faixas etárias, pois se tratam de questões estruturais na sociedade. No entanto, percebemos esses temas, de maneira acentuada, entre a terceira idade.

Do mesmo modo, desigualdades relacionadas a questões de gênero também estiveram presentes durante esta pesquisa. Mulheres que, independentemente da idade, ainda estão sujeitas a trabalhos com relação de exploração e violência, homens que, após determinada idade, se tornam invisíveis mesmo depois de anos de trabalho e contribuições. O idoso de hoje não quer esperar mais 30 anos em casa, ele quer se sentir parte da sociedade. As políticas públicas existentes devem ser consideradas como avanço no âmbito legal, mas as ações práticas ainda são pontuais.

Em uma sociedade onde o medo é naturalizado, ainda que a violência – nas suas diversas formas – seja latente, parece que pouco a pouco aprendemos a conviver com o medo. O medo da velhice é naturalizado, ao invés de discutido; é sublimado por cosméticos e cirurgias plásticas; é marginalizado pela publicidade, por novelas e pelas manchetes de jornais que parecem esquecer a presença dos idosos na sociedade. Importante ressaltar, que, ainda que não tenha ficado claro, não temos a intenção de condenar a existência de cosméticos ou a opção pela utilização dos mesmos. Chamamos a atenção para inversão de prioridades, quando a mídia ou a sociedade passam a ter mais interesse por artifícios que possam “curar a velhice” do que algo que possa contribuir para esclarecer de que forma podemos viver melhor.

Envelhecer nos lembra, apressadamente, que o tempo biológico está chegando ao fim. Lembra-nos que, drasticamente, independente da crença ou religião, vamos deixar de fazer parte do convívio com aqueles que amamos, com aqueles com quem criamos laços, compartilhamos histórias e experiências. Esse medo é real e está presente em maior ou menor intensidade na vida de todos. Daí a necessidade de dar visibilidade ao assunto, na esperança de sanar demandas, diminuir desigualdades e, quem sabe, reduzir o medo da velhice ou daquilo que ela carrega consigo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BITTONI, Dulcília Helena. **Imprensa feminina**. São Paulo: Editora Ática, 1986
- CARRARA, Ana Rosa da Silva. **Amélias e Carries Bradshaw: A transformação do mesmo e a permanência do novo**. In: Revista Anagrama – Ano 5. Edição 1, 2011
- DEBERT, Guitta Grin. **A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização da velhice**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (FAPESP). Edição 1, 2004
- FERRARO, Alceu Ravanello. **Gênero e alfabetização no Brasil de 1940 a 2000: a história quantitativa da relação**. Campinas: Editora Papirus, 2004
- FERGUSON, Rowena. **Editing the small magazine**. EUA: Columbia University Press, 1976
- FONTES, Malu. **Os Percursos do Corpo na Cultura Contemporânea**. Faculdades Jorge Amado – FJA. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1459-2.pdf>. (Acessado em: 04.04.2013)
- GOLDENBERG, Mírian. **Coroas - Corpo, Envelhecimento, Casamento e Infidelidade**. Ed. Record. 2008
- GOELLNER, Silvana V. **A cultura fitness e a estética do comeditamento: as mulheres, seus corpos e aparências**. In: STEVENS, Cristina M.T., SWAIN, Tânia Navarro (org.) A construção dos corpos. Perspectivas Feministas. Ed. Mulheres. Ilha de Santa Catarina, ano 2008. P.245-260.
- JODELET, Denise (org). **Representações sociais**. Rio de Janeiro, Ed. UERJ, 2001.
- KLEBA, Maria Elisabeth.: WENDAUSEN, Agueda. **Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política**. Saúde Soc. São Paulo, v.18, n.4, p.733-743, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v18n4/16.pdf> (Acessado em 23.04.2013)
- LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado: pedagogia da sexualidade**. Belo Horizonte, Autêntica Editora, 2000. Disponível em: <http://antropologias.descentro.org/files/downloads/2010/08/LOUROGuacira-L.-O-corpo-educado-pedagogias-da-sexualidade.pdf> (Visitado em: 23.05.2013)

MENDES, Márcia R.S.S. Barbosa et al. **A situação social do idoso no Brasil: uma breve consideração** -. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ape/v18n4/a11v18n4.pdf> (Acessado em 23.04.2013)

OLIVEIRA, Mônica Carvalho de. **A segmentação no mercado de revistas femininas: uma análise das publicações da Editora Abril direcionadas a mulheres adultas**. Porto Alegre, 2011

ROZENDO, Adriano da Silva et al. **Protagonismo político e social na velhice: cenários, potências e problemáticas**. Revista Kairós Gerontologia, 13 (1), São Paulo, junho 2010: 35-52. Disponível em <http://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/4857> (Acessado em: 07.04.2013)

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo, Ed. Pinsky, 2003.

SILVA, Yolanda Flores e. **Todo dia é dia das leitoras de Bárbara: o discurso formativo/ explicativo na revista feminina Bárbara**. RACB Vol. 3, Nº 3, 1998 Disponível em: Gerontologia, 13 (1), São Paulo, junho 2010: 35-52. Disponível em <http://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/334/396> (Acessado em: 19.11.2012)

SOUSA, Janara Kalline L. Lopes de. **Caiu na rede é jovem? O exercício do protagonismo idoso na Internet, no Brasil e na Espanha**. 2009 Disponível em: <http://repositorio.bce.unb.br/handle/10482/8289> (Acessado em: 20.03.2013)

_____. **Obrigado por/ a ser feliz: as representações dos idosos nas telenovelas brasileiras**. Intercom XXXI Congresso, 2 a 6 de setembro de 2008). Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=34682> (Acessado em: 05.04.2013)

SPECTOR, Nelson. **Manual para redação de teses, projetos de pesquisa e artigos científicos**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2011.

SWAIN, Tânia Navarro; **Feminismos e representações sociais: A invenção das mulheres nas revistas "Femininas"**. Historia: Questões e Debates, Curitiba, Editora da UFPR, 2001.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine, o texto em revista**. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. Rio de Janeiro, Ed. Rocco, 1992. Disponível em: <http://brasil.indymedia.org/media/2007/01/370737.pdf>. (Acessado em: 17.04.2013)

ZANOTTI, Carlos Alberto. **Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade**. Revista Comunicação Midiática, v.5, n.1, p.28-41, set./dez. 2010. Disponível em:
http://www.erevistas.csic.es/ficha_articulo.php?url=oai:ojs.www.mundodigital.unesp.br:article/25&oai_iden=oai_revista669 (Acessado em: 07.04.2013)

Relatório. **Envelhecimento ativo: uma política de saúde**. World Health Organization; tradução Suzana Gontijo. Brasília, Organização Pan-Americana da Saúde, 2005.

ANEXOS

MODELO DO QUESTIONÁRIO

(Elaboração própria, 2012)

Questionário

Esta pesquisa servirá de base para a produção de trabalho de conclusão de curso (TCC) de graduação em jornalismo na Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília (UnB).

Aluna: Emanuella Camargo Neves

Matrícula: 09/42766

Orientadora: Liliane Maria Macedo Machado

Data: Agosto. 2012

Identificação (opcional):

Nome:

Telefone/e-mail para contato:

1. Assinale a sua faixa etária:

- ☐ I. De 50 a 55 anos completos.
- ☐ II. De 55 anos e um dia a 60 anos completos.
- ☐ III. De 60 anos e um dia a 65 anos completos.
- ☐ IV. De 65 anos e um dia a 70 anos completos.
- ☐ V. De 70 anos e um dia a 75 anos completos.
- ☐ VI. De 75 anos e um dia a 80 anos completos.
- ☐ VII. De 80 anos e um dia a 85anos completos.
- ☐ VIII. De 85 anos e um dia a 90 anos completos.
- ☐ IX. De 90 anos e um dia a 95 anos completos.
- ☐ X. De 95 anos e um dia a 100 anos completos.

2. Sexo

- ☐ I. Feminino
- ☐ II. Masculino

3. Qual seu nível de escolaridade?

- ☐ I. Ensino fundamental completo
- ☐ II. Ensino fundamental incompleto
- ☐ III. Ensino médio completo
- ☐ IV. Ensino médio incompleto
- ☐ V. Ensino superior completo
- ☐ VI. Ensino superior incompleto

4. Assinale a sua faixa salarial aproximada:

- ☐ I. Até 01 salário mínimo
- ☐ II. 01 a 03 salários mínimos
- ☐ III. 04 a 10 salários mínimos
- ☐ IV. 10 a 20 salários mínimos

() V. Acima de 20 salários mínimos

5. Assinale a opção que mais se aproxime à renda mensal de sua família:

() I. Até 01 salário mínimo () II. 01 a 03 salários mínimos

() III. 04 a 10 salários mínimos () IV. 10 a 20 salários mínimos

() V. Acima de 20 salários mínimos

6. Qual é (era) sua profissão?

7. O que você gosta de fazer nas horas livres?

8. Tem filhos?

() I. Não. () II. Sim. Quantos? _____

9. Das mídias abaixo, assinale as que mais costuma ler:

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| () I. Jornais | () II. Revistas |
| () III. Livros impresso | () IV. Livros digitais |
| () V. Sites na internet | () VI. Blog |
| () VII. Outros: _____ | |

9.1) Com que frequência costuma ler?

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| () I. Diariamente | () II. Semanalmente |
| () III. Quinzenalmente | () Mensalmente |

10. Dos tópicos apresentados abaixo, qual (quais) mais te atrai (atraem)? (Mais de uma opção possível)

- | | |
|---------------------|--------------------------------|
| () I. Política | () X. Decoração |
| () II. Economia | () XI. Moda |
| () III. Direitos | () XII. Tecnologia |
| () IV. Culinária | () XIII. Turismo |
| () V. Saúde | () XIV. Sexo |
| () VI. Cinema | () XV. Artes |
| () VII. Música | () XVI. Entrevistas |
| () VIII. Beleza | () XVII. Exercícios (Fitness) |
| () IX. Arquitetura | () XVIII. Esportes |

11. Na possibilidade de haver algum assunto que interesse e que não tenha sido citado na questão anterior, cite-os a seguir.

REPORTAGENS

(Retranca - Capa)

(Título) Radiografia do envelhecimento

(Sutiã) Entenda quais são os desafios e a realidade de brasileiros que estão caminhando para a terceira idade

Por: Emanuella Camargo e Renata Tobias

Aulas de dança de salão, prática de exercícios físicos, algumas horas de leitura, além de planos para viagens e o aprendizado de novo idioma. Aos 61 anos, a professora aposentada Maria José de Pádua – ou Mazé – está em plena atividade, mas a busca diária é pelo bem estar. Assim, acredita estar no caminho certo para uma vida mais longa. “Ter estilo de vida saudável que abarca essa questão de você cuidar da mente, do corpo e da alma, e ter uma atividade espiritual de compreensão da vida também ajudam”, aconselha.

A aposentada faz parte do grupo que está modificando a maneira como se enxerga os idosos no país. “Precisamos entender que o idoso não é uma categoria única. O Brasil mudou, e ainda que essa realidade seja nova para alguns, temos que considerar esse momento em que vivemos como a grande conquista desse novo século”, explica o diretor da Universidade Aberta da Terceira Idade (UnATi - UERJ), Renato Veras.

Não existe receita sobre como viver a velhice, mas quem está entrando nessa fase arrisca: “Procuro fazer o que gosto e acredito que isso vai fazer com que eu viva mais”. É assim que o economista aposentado Odair Montu, 59 anos, procura viver os anos que tem pela frente. Odair não é exceção quando a procura é por qualidade de vida. Restaurantes, boates, academias tem disponibilizado serviços cada vez mais especializados nesse público.

A Quorum Brasil realizou, em 2010, na cidade de São Paulo, pesquisa sobre alguns dos hábitos das pessoas acima dos 60 anos. Entre os entrevistados, 54% deles praticavam exercícios físicos, desse percentual 52% cuidam da beleza. Outros 20% estão em busca de tranquilidade e felicidade. **(Veja quadro sobre o perfil consumidor dos idosos).**

Odair nasceu no interior de São Paulo, e mora em Brasília há 40 anos. Ele se considera vigilante quando o assunto é saúde e alimentação. Antes da aposentadoria chegar, ele foi se preparando aos poucos para a mudança. “A medida que você envelhece você precisa trocar as horas de trabalho pelas de lazer. Durante o período que eu estava para me aposentar, comecei a mudar de hábito e fazer o que eu gosto. Hoje pesco mais, jogo bola, vou à academia, danço e passo mais tempo com a minha mãe”, afirma.

A dificuldade de se criar fórmulas para explicar a longevidade dos indivíduos também estende-se na complexidade de estabelecer padrões para considerar uma pessoa idosa ou não. “Ser idoso não está, necessariamente, no corpo, está na alma. Está em como você lida com seus objetivos. Ser idoso é uma questão de percepção”, analisa a psicóloga Janine Oliveira. Percepção ou não, Odair ainda acha prematura a conversa. “Eu não penso ainda como idoso, acho que tenho muita disposição. Claro que não é a mesma disposição de antes, mas você vai compensando uma coisa pela outra e tentando melhorar”, acredita.

Para o diretor da UnATi, Renato Veras, é necessário, ainda, rediscutir o papel das pessoas acima dos 60 anos na sociedade. “O idoso é um protagonista e como tal tem que ser visto no campo social, cultural bem como da saúde. Acabou-se aquele período em que envelhecer era algo restrito a poucos”, ressalta.

O professor e coordenador de especialização da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC) Aguinaldo Neri, ressalta que a aposentadoria é a oportunidade, que muitos não tiveram, durante o decorrer da vida, de fazer o que gostariam. No artigo “O envelhecimento no Universo do Trabalho: Desafios e oportunidades depois dos 50”, Neri observa que: “Há alguns anos, a aposentadoria era vista como o fim da carreira, além da qual não existia mais nada a não ser não fazer nada. Hoje, em sua maioria, os aposentados que participam de cursos de preparação para a aposentadoria consideram que terão a grande chance de fazer tudo aquilo que sempre sonharam, mas nunca puderam fazer.”

É o caso de Mazé que, antes mesmo de se aposentar, já planejava como gostaria de viver os anos que ainda viriam pela frente. “Um dos interesses que tenho, e ainda pretendo realmente fazer, é abrir uma empresa

na área de sustentabilidade. Eu e minha filha, que é oceanógrafa, tentamos fundar uma ONG há alguns anos, mas os caminhos ainda não convergiram para isso”, conta.

O perfil empreendedor, como o de Mazé, tem se mostrado uma tendência entre os idosos. Segundo estudo, realizado em 2011, pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), estima-se que dos 21,1 milhões de empreendedores no país – 17,1% da população –, 3,1% estão na faixa dos 60 anos. A estatística é tímida, embora aponte para abertura do mercado a esse grupo disposto a investir.

Outros perfis

Na próxima década, o Brasil será o sexto país do mundo com a população mais idosa. A projeção da Organização das Nações Unidas (ONU) pode ser a oportunidade para que o Estado dê mais visibilidade às questões que envolvem o envelhecimento demográfico. Para entender quais demandas da terceira idade precisam ser valorizadas é essencial saber como vivem e o que anseiam os idosos deste século. Um dos pontos que indicam mudança é o aumento do número de idosos no mercado de trabalho.

De acordo com o Ministério do Trabalho, em 2010, cerca de 40mil pessoas acima dos 65 anos faziam parte do grupo de trabalhadores formais no país, crescimento de 12,7% em relação aos anos anteriores. Em alguns estados como o Paraná, por exemplo, o número de trabalhadores acima dos 60 anos cresceu 70% entre os anos 2000 e 2010. Os dados indicam que as pessoas estão passando mais tempo trabalhando. Outro fator que justifica esse aumento são os incentivos legais, como o Projeto de Lei do Senado sobre a desaposentação (**veja quadro**), que podem estar motivando a procura por emprego na terceira idade.

O trabalho informal também é opção para idosos que pretendem complementar a renda. Como resultado, 37,6% das idosas são consideradas chefes de família e vivem com os filhos e os sustentam. É o caso da pensionista Lindaura Dias da Silva, 76 anos, que sustenta as duas netas que vivem com ela, além de manter comércio informal de vendas em casa. “Tenho

a loja há cinco anos, passo o dia aqui fazendo as vendas e cuidando das meninas”, conta.

A senhora de sorriso fácil quase não aparenta a idade que tem e diz ter encontrado nas tarefas domésticas e no cuidado com os filhos a força para superar a morte do marido. “Sempre trabalhei só em casa, porque tinha meu esposo que trabalhava fora. Quando ele faleceu, pensei que não podia nem viver. Depois eu pensei: como não vou viver? Tenho que criar meus filhos”, lembra Lindaura que educou 12 filhos ao todo. Nascida no interior da Bahia, Lindaura estabeleceu vida e família em Brasília há 35 anos e há quase 18 anos, mora em casa própria, próximo ao Plano Piloto. Ela faz parte dos 75% da população que tem imóvel quitado no país, segundo Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad).

Gozando de vida mais estável, o lazer da mãe-avó está entre as pequenas viagens que faz para visitar os filhos em outros estados e os afazeres diários. Os planos e projetos para o futuro não fazem mais parte da realidade dela. “Eu sinto que a vida vai diminuindo. Meus filhos já quiseram me levar para morar com eles, mas eu prefiro ficar aqui quieta”, comenta. Por outro lado, considera-se uma pessoa feliz: “Sou alegre. Acho que sorrir esconde os problemas e a feiura”.

Para a pesquisadora e professora adjunta do departamento de educação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) Rosa Coutrim, o trabalho traz outros ganhos para a vida do idoso, além do financeiro. “O trabalho confere a eles a identidade de trabalhador. Eles se sentem muito importantes por serem os provedores do domicílio ou contribuintes do orçamento doméstico. Isso lhes confere maior poder de decisão no núcleo familiar”, observa. A professora realizou pesquisas de campo sobre a importância do trabalho informal em algumas regiões do estado de Minas Gerais.

Investimento precário

Ainda um pouco distante da aposentadoria, o funcionário público Genario Candido Rocha, 61 anos, também pode ser considerado chefe de família, pois as duas filhas, dos quatro que possui, ainda dependem da renda dele. “O ideal é preparar os filhos para viver, mas cada dia fica mais difícil. Por um lado é bom ter todos próximos, mas eu também perco minha individualidade, às vezes”, analisa.

O funcionário divide as horas do dia entre o trabalho, o tempo na academia e as aulas de dança de salão. Com rotina atarefada e momentos de lazer, Genario acredita que o mesmo acesso que tem a serviços básicos não faz parte da realidade de idosos no restante do país. “As políticas que existem ainda não são suficientes, já que a demanda de pessoas com mais de 60 aumentou muito. Os serviços oferecidos pelo governo não acompanham essa evolução, eles investem muito pouco”, opina.

Segundo levantamento da ONG Contas Abertas, o investimento da União, no ano passado, em políticas de valorização do idoso não ultrapassou dois milhões, ou seja, apenas 8,2% dos 24 milhões destinados para essas ações. Cabe ressaltar, ainda, que os custos com saúde variam de acordo com idade e situação financeira da família. Uma casa chefiada por um idoso de 60 a 69 anos, por exemplo, gasta R\$ 69,17 por mês com remédios. Outra liderada por alguém acima dos 70, desembolsa 6% a mais (R\$ 73,83), de acordo com Pesquisa de Orçamentos Familiares do IBGE.

O gasto coloca a saúde como um dos desafios do país com a terceira idade. “Se a gente for pensar em tudo que foi feito até então, como Política Nacional do Idoso, o Estatuto do Idoso, tudo isso é um avanço. Porém, é preciso investir mais em outras áreas e não ficar concentrado apenas em questões de ordem médica. Temos que trabalhar uma visão moderna em outras áreas também”, avalia Renato Veras.

Laços estreitos

Maria Lina Rodrigues da Cruz é aposentada por invalidez devido a um edema na perna direita. Se considera viúva, mas revela que se separou do marido pouco antes de ele falecer. “Ele bebia demais, aprontava muito. Sofri muito com ele”, o que pode justificar sua aparência frágil e abatida, aos 58 anos. Da união, vieram quatro filhos e oito netos. Destes, três filhos e cinco netos moram com ela. Do casamento também ficou uma casa, que ela vendeu para quitar o lote onde construiu uma casa.

Outra tarefa do Estado é encontrar maneiras de driblar o desemprego e manter o mercado aquecido. Com tantos brasileiros próximos da aposentadoria ou longe do mercado de trabalho, é dada aos jovens a tarefa de movimentar a economia e garantir que o investimento retorne como contribuição. No entanto, desigualdades salariais entre gêneros, educação precária e pouca ou nenhuma

experiência trabalhista, ainda são alguns dos fatores que deixam cerca de 73 milhões de jovens, entre 15 e 24 anos, desempregados no mundo, segundo dados da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Atualmente, dois dos três filhos que moram com Maria Lina trabalham. Mas houve uma época em que os três filhos estavam desempregados. “Dependíamos todos só da minha aposentadoria, que não dava pra quase nada. Foi muito difícil. Felizmente, dois deles estão trabalhando agora”. Mesmo com os filhos empregados, Maria Lina ainda contribui bastante para a renda familiar. O dinheiro da sua aposentadoria vai integralmente para gastos com saúde e alimentação da família.

Como passa a maior parte do seu dia tomando conta dos netos, mal tem tempo para os afazeres domésticos, muito menos para o lazer. “Acabo fazendo tudo pela metade dentro de casa. Quando saio, vou para a igreja ou visitar a minha mãe”, diz. Pensou em se mudar de Samambaia – cidade-satélite próxima à Brasília – onde mora há 20 anos: “Mas meus filhos não me deixam sair de perto deles, eles precisam de mim aqui”, desabafa.

A psicóloga Janine Oliveira classifica modelos familiares como o de Maria Lina como famílias emaranhadas. “O jovem, hoje, acaba retardando a sua saída de casa. Existe uma dependência maior. Todos moram no mesmo lote e se nutrem nesse contexto, que fica mais emaranhado. Percebe-se que ninguém consegue se desligar. Isso atrapalha o ciclo natural das coisas, avós não devem exercer o papel de pais”, alerta a psicóloga.

Por outro lado, questões financeiras também podem explicar essa configuração familiar. “A coabitação foi a forma que essas famílias encontraram para diminuir as dificuldades financeiras e de cuidado com as crianças. Assim, os idosos trabalhadores permaneceram como chefes dos domicílios”, aponta Rosa Coutrim. Assim como em outros tipos de relações familiares, a convivência entre diferentes gerações tem ganhos e perdas. “Existe também uma relação de solidariedade entre as diversas gerações. Os avós auxiliam na educação dos netos e oferecem apoio financeiro para suas necessidades de capacitação para o trabalho. Já os filhos cuidam da saúde dos pais idosos e fazem companhia nos finais de semana”, explica.

O idoso de hoje não espera, simplesmente, o fim da vida chegar, pois a previsão – com acesso adequado à saúde, educação e outros serviços que

possibilitem qualidade de vida – é de mais 20 ou 30 anos pela frente. “O que precisamos fazer agora é reconhecer que vamos ter esse período todo de vida e saber como utilizá-lo de forma produtiva”, analisa Veras.

(BOX) Projeto de Lei da Desaposentação

O Projeto de Lei do Senado (91/2010), de autoria do senador Paulo Paim (PT-RS), propõe regulamentar a desaposentação, tornando possível requerê-la administrativamente, sem necessidade de intervenção judiciária, o que obviamente diminuiria, consideravelmente, o tempo para concretizar a desaposentação. Ou seja, o dispositivo prevê que o aposentado volte ao trabalho e atualize o valor do benefício com base no novo período trabalhado e salário. A proposta chegou a ser aprovada em abril, mas devido a recurso da oposição ao governo e da própria base aliada, o projeto voltou para debate. A polêmica está no possível aumento de gastos com a Previdência para arcar com a segunda aposentadoria solicitada. Todo o cenário ainda mantém o PL no Senado.

(BOX) Perfil consumidor

Escolaridade: 17,4% dos idosos têm quatro anos ou mais de estudo. No entanto, 50,2% dos idosos tem menos de 4 anos de formação

Saúde: 45,5% dos idosos com mais de 60 anos declaram ter boa saúde. O percentual cai para 40% entre os indivíduos a partir dos 75 anos.

Gastos: Os idosos gastam 10% da renda com planos de saúde e igual proporção em medicamentos.

Independência: Atualmente, apenas 2,4% dos maiores de 65 anos dependem dos parentes para sobreviver

Viagens: 48% dos idosos desejam realizar turismo

(Fonte: Instituto GFK, IBGE, IPEA e Quorum Brasil)

(BOX) Aposentadoria pode ser integral ou proporcional. Para ter direito à aposentadoria integral, o trabalhador homem deve comprovar pelo menos 35 anos de contribuição e a trabalhadora mulher, 30 anos. Para requerer a aposentadoria proporcional, o trabalhador precisa combinar tempo de

contribuição e idade mínima. No caso da aposentadoria por invalidez o processo é diferenciado e depende, entre outros fatores, de avaliação de médicos. No país, mais de dois milhões de pessoas estão aposentadas por invalidez.

(Fonte: Ministério da Previdência Social)

(Retranca - Perfil)

(Título) Retalhos de uma história

(Sutiã) Como a bibliotecária Lola Azra, pioneira durante a construção de Brasília, aventurou-se para compor trajetória singular

Por: Emanuella Camargo e Renata Tobias

Fotos: Guilherme Carvalho

Em uma espaçosa casa no Lago Sul, cidade próxima à Brasília, a senhora de corpo franzino, de fala calma e articulada revela um pouco da época de pioneira e como tentou fundar a primeira biblioteca na capital. Naquela época, a esperança de criar uma cidade em meio a terra vermelha e o cerrado pareciam simples utopia para muitos. À convite de Israel Pinheiro – engenheiro que integrava o corpo técnico para construção de Brasília – e acompanhando o marido, artista plástico, Lola Azra Barrenechea, chegou a contragosto na capital, em 1958. “Eu não queria vir para cá. Lembro de ter perguntado ao meu marido o que tinha aqui e ele só me disse que não sabia de nada”, lembra dando risadas da aventura.

Dona Lola formou-se em biblioteconomia na cidade natal, Belo Horizonte, Minas Gerais. Foi uma das primeiras a realizar mestrado e doutorado com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Quando terminou as duas especializações no Rio de Janeiro, Lola tinha um filho e estava grávida de outro. Teve seis, ao todo. Com formação superior e emprego na biblioteca de Minas Gerais, mudar-se para um lugar ainda sem estrutura era a última opção na época. “Eu não gostei da ideia

de vir para cá, porque ninguém me dizia o que fazer. Minha vida era assim, eu não escolhia nada, eu era empurrada,” conta contrariada.

A cidade era um grande canteiro de obras, ruas repletas de trabalhadores e vendedores. Lola e o marido, Félix Alejandro Barrenechea, ganharam uma casa no fim da recém construída W3 sul, próximo ao cemitério Campo da Esperança. O marido veio para fundar uma escola de artes, ela uma biblioteca. “Eu falei para o doutor Israel, o que o senhor quer que eu faça? Porque eu podia fazer qualquer coisa, só não gostava de ficar à toa. Ele me disse para montar uma biblioteca”, narra.

Com uma máquina de escrever velha e pesada, Lola escrevia cartas para editores e escritores para, assim, conseguir o acervo para a biblioteca. Os livros chegaram depois de um tempo e foi na casa dela que o acervo foi sendo guardado, mesmo com pouco espaço físico. “Resolveram me emprestar uma casa vazia perto da pracinha 21 de abril (quadra 508 sul). Um trabalhador da Novacap fez uma estante rudimentar para colocar os livros na praça,” descreve. Crianças e mulheres eram os principais frequentadores. A biblioteca tinha dois funcionários sob a vigilância de Lola, além do livro de registros, que ela guarda até hoje.

“Eu fiz o que pude, mas não sei se teve alguma importância, era para me distrair. Os livros chegaram por doação, mas não seriam os livros que eu escolheria para educar crianças ou encaminhar as necessidades dos usuários. Era o que tinha”, analisa. Apesar do empenho de Lola Azra, a biblioteca **Visconde de Porto Seguro**, ou o protótipo dela, durou o tempo que Juscelino Kubitschek permaneceu no governo. Com a vinda de Jânio Quadros, o cenário mudou, revela Lola: “Quando o Jânio chegou, o pessoal interpretou mal. Pensaram que ele ia tirar de casa as pessoas que tinham vindo com Juscelino”.

Na confusão, algumas casas foram cedidas a novos donos que chegaram junto com a mudança de governo. A casa onde Lola guardava os livros foi uma das ocupadas. Os livros foram jogados na rua, sem que a bibliotecária soubesse. “Eu estava no hospital, tinha tido uma criança naquele dia, 10 de junho de 1961. Tive uma emoção tão forte que eu perdi a voz. Não tomaram a casa que eu morava, mas tomaram a biblioteca.”

Os livros foram resgatados por funcionários da Companhia Energética de Brasília (CEB), que também frequentavam a antiga biblioteca. Lola não

voltou para pegar nenhum exemplar. “Fui avisada pelos funcionários que eles tinham recolhido os livros. Eu disse ‘então deixa! Eu não vou mais tomar conhecimento’ e naquele momento acabou para mim”, conta visivelmente irritada com o episódio ocorrido há mais de 50 anos. Os registros da primeira biblioteca da capital são escassos e quase inexistentes. Se resumem a fotos, alguns resquícios de jornais da época, o livro de registros que Lola carrega e os relatos que ainda lhe restam na memória.

Laços estrangeiros

A princípio, imagina-se que “Lola” trata-se de um apelido, um diminutivo, para nomes como “Lourdes”, ou “Laura”. Mas não. Lola é seu nome de batismo e foi escolhido como homenagem a outra irmã, que morreu ainda jovem. Filha de pai sírio, Nassiff Azra Malab, e mãe italiana, Vera Rosa Mio, Lola estudou até o ginásio – equivalente ao nono ano – em uma escola italiana. “Todo mundo estudava português, mas eu não, estudava italiano. Todo mundo sabia a geografia do Brasil, eu não. Quando eu vi o mapa do Brasil pela primeira vez já era moça. Me assustei, não sabia que o país era tão grande, não sabia de nada. Não conhecia nem o rio Amazonas, eu vivia num mundo europeu que era praticamente artificial”, recorda. Depois do fim da Segunda Guerra Mundial, após a derrota da Itália, saiu da escola italiana, que considerava alienante.

Durante a infância e a adolescência, o contato com o pai não tinha a periodicidade que gostaria. Ele era vendedor e passava muitos dias viajando a trabalho. Vera Rosa Mio criou onze filhos. Apesar de ser muito religiosa, raramente recorria a castigos para disciplinar a prole. “Cada um cumpria a sua parte. Nós fomos criados sem violência. Eu nunca apanhei e nunca fui castigada. Eu tinha que engraxar meu sapato, fazer meu dever e ser limpinha”, lembra as regras. A mãe de Lola aplicava em si mesma os castigos que não aplicava nos filhos. “Minha mãe era muito católica. Era franciscana devota da ordem terceira. Ela fazia todas as penitências mortíferas que a ordem mandava”.

Vera Rosa raramente comia carne e chegava a passar semanas em jejum. Fazia comida para toda a família, mas não podia comer. O pai e os irmãos de Lola ficavam muito aborrecidos com as autopenitências da matriarca. “Certa vez, meus irmãos foram brigar com os padres da ordem porque eles tinham mandado a minha mãe fazer um jejum, mas ela já estava muito magra”.

Os padres disseram que eles mesmos não faziam aquelas penitências e que não sugeriam que ninguém fizesse. A mãe fazia por vontade própria. “Eles eram fortes corados, se alimentavam muito bem. Não é todo mundo que tem esse dom da santidade”, brinca. Assim, sob influência da mãe, a religião tornou-se um hábito, que sempre que pode, é renovado nas visitas à Igreja.

A história, em vários momentos, mudou o curso e origens dos antepassados. Alguns parentes da linhagem de Lola Azra faziam parte da nobreza francesa. Sua bisavó, por exemplo, era a condessa de Val du Bonnet. O nome vem do formato do vasto terreno que pertencia à família, que tinha a forma de um boné. Naquele tempo, Napoleão Bonaparte (o próprio) ainda mandava e desmandava em território francês. Mandou então a família Val du Bonnet sair das suas terras para entregá-las de presente a um cunhado. Retirou também o título de nobreza.

A família se mudou para a Itália, onde passou a adotar o sobrenome Valbonetti, uma versão italiana do original, que se perdeu depois de algumas gerações. Anos mais tarde, com o estopim da Primeira Guerra Mundial, seus avós decidiram imigrar para o Brasil. No terreno comprado em Minas Gerais, construíram a fazenda de café, onde Lola nasceu. Sua avó, Ester Valbonetti Mio, viveu 105 anos. Dona Lola provavelmente deverá ter uma vida ainda mais longa, já que seu pai também viveu mais de 100 anos.

Anos mais tarde, seria Lola quem viveria os ecos das grandes guerras. A ditadura em 1964, chegou no meio da noite sem que ela entendesse ao certo do que se tratava. Na época, ela tinha começado um novo emprego no Planalto, catalogando jornais e diários oficiais do período. “Não demorou muito veio a revolução. Não foi brincadeira. Um dia a gente foi trabalhar pela manhã e tinha um tanque na porta. Os soldados falaram: ‘Se vier na minha direção eu atiro. Volta ou eu atiro.’ Eu percebi que não era para trabalhar naquele dia, mas a gente continuava sem saber de nada.”

Na noite anterior ao golpe, a bibliotecária escutou algumas manifestações, mas não conseguiu distinguir o que era. “Fomos todos para casa e ficamos quietos. De noite teve tiroteio na W3 e caminhões cheios de soldados passando. Era a revolução, mas sei lá que tipo, ninguém lutou”, ironiza. Para Lola, os dias são outros depois do fim do regime militar. “Tudo mudou. Cada um pensa o que quer, ninguém tem medo de falar, hoje a pessoa

tem mais liberdade para se expressar. No meu tempo não, era bom tomar cuidado com o que falasse”, opina.

Veia artística

Seja por tristeza ou simples desejo de não compartilhar determinados momentos, Lola deixa lacunas a algumas perguntas. Por outro lado, descreve em detalhes momentos intensos, resgatando, com os olhos marejados, por vezes, a saudade do passado. Durante a entrevista, os assuntos que envolviam o marido estiveram mais presentes. Depois de uma união de 57 anos, o artista plástico peruano Félix Alejandro Barrenechea morreu no último dia 15 de março, aos 92 anos.

Lola conta a história do marido como se fosse a sua própria. Isso mostra o quanto eram próximos. Conta episódios e anedotas da infância dele em detalhes. “Ele já gostava de arte desde criança. Quando a mãe comprava as verduras, ele ia atrás da sacola de compras e começava a pintar uma abóbora, por exemplo. E ela deixava. A mãe dele entendia porque ela fazia alta costura. Naquele tempo usavam roupas bordadas, tudo muito enfeitado”, relembra. Felix Alejandro Barrenechea nasceu em uma pequena cidade peruana chamada Huanta, próxima à cordilheira dos Andes. Lola prossegue descrevendo sua infância com os olhos levemente marejados. “Desde criança ele gostava de coisas bonitas. Ele enfeitava a igreja para casamento, era uma daquelas igrejas bem pequenas, típicas dos Andes”

Lola e Alejandro se conheceram em Belo Horizonte. Ela, já formada, trabalhava como bibliotecária na Faculdade de Filosofia da Universidade Federal de Minas Gerais. Ele morou por onze anos em Buenos Aires, onde se firmou como artista plástico. Veio para o Brasil porque estava sendo perseguido pelo regime peronista na Argentina. Como a maior parte dos estrangeiros, seu primeiro destino foi o Rio de Janeiro. Foi parar em Belo Horizonte porque um amigo arquiteto peruano morava lá.

Ele decidiu então cursar Filosofia na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). “É o destino, não é mesmo? Eu o conheci mas não sabia muito bem quem ele era. Depois passei a conhecê-lo melhor, conversar mais e aí me interessei”. Faz uma pausa e continua: “Tenho saudade, mas já vivi tanto em tantas épocas que eu não sei o que eu escolheria para ter mais saudade. A

vida é uma coisa que Deus te dá e você não entende o porquê”, diz com ar melancólico no olhar.

Casaram-se no dia primeiro de maio de 1956. Ela foi ao altar com vestido emprestado. “Casei com uma roupa emprestada pela mulher do meu primo. Eu ia com uma roupa curta, era mais moderna, mas ninguém queria que eu fosse de renda meia canela. Ainda bem que serviu”, revela.

Assim como, o interesse por história e geografia, as artes estão presentes na vida de Lola, seja por influência do pai, que adorava colecionar pedras preciosas, ou do marido, artista com linha cubista. Lola havia tido alguma experiência com desenho e pintura na juventude mas aprendeu a pintar de verdade com o marido. “Eu já rabiscava antes, mas não aprendi nada que valesse a pena antes dele. Ele vinha de uma formação muito autêntica, muito firme. Uma coisa é você pintar um jarro, um cavalinho. Outra coisa é você ver o cavalo em várias dimensões como ele via. Desde criança. Não sei se é um defeito ocular, às vezes as pessoas têm uma visão diferente e veem coisas que as pessoas normais não veem. O artista é diferente, ele nasce com algo diferente do normal.”

De personalidade forte, como conta Lola, Félix Alejandro seguia uma linha própria e não era do tipo que se importava com o que diziam sobre seu trabalho. “Eu gosto de todas as pinturas dele. No princípio ele se baseou mais no Peru, tinham a ver com a cultura. Lá no Peru tudo é muito colorido. Mas depois, ele mudou a linha artística e encontrou outro caminho”, avalia. Félix Alejandro também é considerado pioneiro em Brasília e foi responsável pela criação da Escola de Artes Plásticas de Brasília, localizada próxima a quadra 708 sul. O espaço não existe mais como escola ou galeria

Apesar do grande interesse na vida artística do marido, Lola também teve uma produção bastante significativa. Pinta, faz esculturas e compõe poemas. Assina seus quadros como Lola Malak – usa o sobrenome do pai para não ser associada ao nome do marido. Vendeu alguns quadros e participou de exposições. Seus quadros possuem muita cor, referências cubistas e impressionistas. Também pinta paisagens, fatos cotidianos e retratos. “Já fiz muito trabalho por encomenda, conheci uma japonesa que tinha um cachorro bem grande, ela pediu e eu fiz o quadro para ela. Ele tinha uma sobancelha branca e outra preta”, lembra, esboçando um riso tímido.

Expôs e vendeu quadros em Nova Iorque. Depois que se aposentaram, Lola e Alejandro decidiram morar um tempo nos Estados Unidos. Foram em 1992 e só voltaram no milênio seguinte, em 2004. “A gente vivia em um estúdio bem pequeno no Soho, na época era barato. Passávamos a maior parte do tempo pintando porque não tinha muito espaço para viver. O apartamento tinha duas janelas. Ele ficava numa janela e eu em outra, cada um com sua pintura”, detalha.

Rotina presente

De uns anos para cá, deixou a pintura um pouco de lado, mas planeja retomar. Remontou o ateliê em casa e pretende se aproximar mais ainda das formas geométricas. “Agora eu parei um pouco, mas vou recomeçar. Algo mais geométrico. A geometria é fascinante”. Para Lola, sua arte é recreativa: “A pintura é como se fosse um brinquedo. Você finge que está brincando e vai brincando, vai moldando sem querer, sem pensar é algo do seu interior que vem para fora”. Não elege nenhum quadro como favorito. “Eu não gosto de nenhum e gosto de todos. É como se fosse um filho. Você tem filho que tem uma qualidade, o outro tem outra. Você admira aquele aspecto”, compara.

Atualmente, Lola Azra Barrenechea ainda trabalha com antiquários e também é solicitada para avaliar peças antigas. “Quando aparece alguém que quer avaliar alguma coisa eu avalio. Localizo o que é, de onde é e de que é feito. Desde um quadro a um objeto de metal, um vidro até um objeto de madeira”, explica. Os livros de história da arte também estão entre os pequenos prazeres. Na estante tem coleções de livros de diversos pintores, escritores e demais artistas. Lola mostra algumas peças que tem em casa e conta um pouco da origem delas, demonstra-se desapegada materialmente, venderia tudo se precisasse.

A conversa se estende por mais alguns minutos. As lembranças da bibliotecária são como retalhos que se unem de acordo com o tempo e paciência dedicados a escutar suas histórias. Avó de 11 netos e 2 bisnetos, Lola carrega consigo histórias de várias décadas. Com tanto a dizer, a vida, por vezes, parece ter passado como brisa. “Eu já fiz muita coisa, mas nem quero lembrar mais. Agora tem que ser o presente, o hoje, o aqui e agora”, resume.

(Retranca – Turismo)**(TÍTULO) Ares franceses em terras canadenses**

(Sutiã) Conheça um pouco do Canadá embarcando em uma viagem pela charmosa vila de Québec, o cantinho francês na América do Norte

Por: Emanuella Camargo

O ritmo de vida lento e a valorização dos espaços abertos são alguns dos atrativos da cidade de Québec, no Canadá. A cidade, capital da província com mesmo nome, tem 765 mil habitantes, em alguns momentos, lembra um lugar interiorano pelo modo de vida simples e reservado dos quebequenses. Por outro lado, Québec sedia grandes festivais de música e esportes ao ar livre, principalmente, durante as estações de verão e inverno.

A charmosa vila canadense está localizada próximo ao rio Saint-Laurent que faz fronteira geográfica entre os Estados Unidos. Próximo ao rio fica o parque Plaines d'Abraham, lugar que já foi palco de guerras entre ingleses e franceses na época da colonização da província. O local preserva fortes e canhões, resquícios mantidos ali para preservar a história e também servem de atração turística pelos quase 3km de extensão do parque. Daquela disputa territorial, e a prevalência da dominação francesa, destaca-se a peculiaridade da cidade em relação às outras regiões canadenses: o idioma francês. Ainda que a cultura e o idioma francês sejam maioria na província, boa parte dos habitantes compreende o inglês, idioma predominante no restante do Canadá.

A exuberante paisagem da vila se modifica a cada estação. Durante a primavera e o verão, as altas temperaturas são ideais para prática de esportes e caminhadas nos parques da cidade. No outono, o colorido dá charme às ruas quebequenses entre os meses de setembro e novembro. Em seguida, os flocos de neve chegam junto com baixas temperaturas, estação perfeita para programas mais intimistas com amigos e familiares.

Andar pelas ruas de Québec é como viajar no tempo. Habitações ancestrais, bibliotecas, igrejas e a diversidade de museus bem localizados no Vieux Québec e Petit Champlain – como são conhecidas as partes mais

antigas da capital. Mesmo para os turistas com aversão a longas caminhadas, pode-se conhecer os principais pontos da cidade sem percorrer grandes distâncias. A preocupação dos quebequenses em manter espaços verdes e arborizados é reafirmada pelos 27 parques preservados da região.

As ruas largas e com boa sinalização entre vias para carros e espaços para pedestres permitem boa locomoção a pé. Algumas avenidas mais íngremes desafiam físicos despreparados, nada que pausas e tempo para desfrutar da arquitetura local não ajudem. Também é possível utilizar o transporte público que tem boa distribuição de paradas mesmo nos pontos mais afastados do centro da cidade.

Ainda próximo ao Vieux-Québec, com um olhar mais atento, é possível frequentar bares que mais lembram verdadeiras tabernas, com direito a cantoria no fim da noite e boas rodadas de cerveja entre amigos. A avenida Grande-Allée, oferece diversidade de bares, cafés e danceterias a preços variados. Por lá, o ponto de parada de muitos turistas que desejam conhecer algumas das músicas tradicionais da vila é o Les Voûtes de Napoléon. A animação das noites fica por conta de músicos nativos. O público é diversificado, como na maioria dos pontos de diversão da cidade onde, mesmo em “baladas”, por exemplo, é possível encontrar pessoas acima de 50 anos.

A diversidade não está apenas no público que frequenta esses charmosos cantos da cidade. A arquitetura mistura características do estilo europeu, mais formal nas estruturas até estilos mais modernistas, já afastados dos centros históricos de Québec. Essa miscelânea também se reflete nos vários sotaques percebidos em cada esquina – Québec recebe mais de 45 mil turistas todo ano –, com predomínio de franceses e de outras partes do Canadá.

Turistas com mais de 60

A população de Québec, acompanha tendência mundial de envelhecimento demográfico. Esse perfil populacional alerta para a necessidade constante do governo repensar políticas que possibilitem acesso a direitos básicos. No Canadá os idosos correspondem a 14% da população, apenas na província de Québec 15% tem mais de 65 anos.

A cidade ainda pode expandir na especialização de lugares que permitam o acesso de pessoas idosas, mas ainda sim, a qualidade de vida lhes

permite longevidade e também os retira da marginalização, já que existem idosos trabalhando no comércio local, praticando esportes e frequentando diversos outros ambientes públicos. O país também tem se mostrado receptivo ao turismo e à imigração de brasileiros. Para se ter uma ideia, os imigrantes que tem o português como língua materna correspondem, segundo censo de 2011, a 3,5% da população em Québec, no entanto, a maioria está dividida entre árabes, hispânicos e italianos.

(BOX) Beba e curta o show em:

- Ninkasi: Cerveja Fin du Monde, 9% de álcool, boa música, estilos africanos e hip hop, além de quadros de artistas locais à venda.
- Sacrilège: Bar mais intimista e um dos mais tradicionais de Québec. Público variado.
- Petit Grenouille: Público variado, entre 20 a 60 anos. Lugar para ouvir bom rock ou música regional, além de cerveja barata.

(BOX) Coma a tradicional iguaria da vila, a Poutine* em:

- Chez Ashton e Snack Bar: Melhores poutines com preços nada salgados.
- *Batata frita acompanhada de molho e queijo. Também pode ser servida com salsicha, carne moída e outros temperos.

(BOX) Para todas as estações:

- Mont Sante Anne: Faça uma caminhada no outono ou durante o verão e aproveite os esportes radicais. No inverno, a diversão fica por conta de esquis e snowboard na neve.
- Village Vacances Valcartier: Parque para aventuras no verão e inverno. Ideal para toda a família.
- Hotel de Gelo: Ambiente mais tranquilo com opções de hospedagem em iglus e banhos quentes nas jacuzzis. O ambiente é totalmente esculpido no gelo e abre para visitação entre janeiro e fevereiro, no auge do inverno.
- Time de Hockey Les Remparts: Assista emocionante jogo de hockey no est dio em Limoilou - um dos bairros mais antigos e tradicionais de Québec.

-Em fevereiro, quando as temperaturas atingem menos de 20 graus Celsius, a animação fica por conta do Carnaval. Show ao ar livre além de outras competições de esportes no gelo deixam a noite ainda mais aconchegante, mesmo com temperaturas tão baixas.

(BOX) Agenda cultural

-Tributo a Johnny Cash: retoma sucessos de carreira do músico norte americano. Data: até o dia 31 de agosto. Local: Cabaret du Capitole. (Ingressos sob consulta)

-Paris em cena: programação extensa voltada para os amantes das artes, com música e exposições. Data: até 23 de fevereiro de 2014. Local: Museu da Civilização

Outras informações: www.mcq.org/paris/

-Espetáculo “Les chemin Invisibles – the harbor of lost souls”, do grupo circense Cirque du Soleil. Data: 01 de agosto à 01 de setembro, às 20h25. (Ingressos sob consulta)

(Retranca - Esportes)

(Título) Quem malha, os males espanta

(sutiã) O resgate da autoestima, além do tratamento de doenças são alguns dos fatores que motivam a prática de exercícios físicos, independente da idade.

Por: Renata Tobias

Há, oito anos, a professora de inglês Marilândia Roncato Gabriel dormia mal, estava constantemente cansada e indisposta. Algumas vezes, extrapolava seu limite máximo de horas-aula ministradas. Apesar de levar uma vida completamente sedentária, sempre foi uma pessoa agitada e era, como ela mesma observa, *workaholic*. Apesar da alimentação balanceada, não havia horário certo para comer. Aos 59 anos, começava a sentir no corpo os

primeiros sinais de estresse. Além disso, havia começado a desenvolver perda de massa óssea, a famosa osteoporose, que, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), atinge um terço das mulheres brancas acima de 65 anos.

Quando o desconforto físico e psicológico atingiram seu ápice, Marilândia sentiu que era hora de mudar. A fluência na língua inglesa facilitou para que tivesse acesso a estudos realizados por universidades americanas que comprovavam que a prática de musculação e exercícios com sobrecarga poderiam impedir o avanço da osteoporose, e, inclusive, promover a redução de seus efeitos.

Marilândia acertou em cheio. Estudos realizados em 2006 e 2007 pela USP e pela Unifesp observaram que exercícios musculação, corridas, caminhadas, e atividades que treinam equilíbrio e coordenação apresentam benefícios múltiplos, como a diminuição da perda óssea, fortalecimento muscular, além da melhoria do equilíbrio, prevenindo assim futuras complicações causadas por quedas.

A professora de inglês decidiu se matricular em uma academia próxima à sua residência e iniciou uma rotina que incluía musculação, exercícios aeróbicos e ioga. “A ioga serviu para me acalmar, sempre fui uma pessoa muito agitada, não paro quieta”, explica. Hoje, aos 67 anos, afirma com segurança: “Me sinto muito melhor hoje do que quando tinha 40. Quase não sinto dores. Mas o maior benefício foi ter conseguido paralisar e reverter a osteoporose, não tenho mais nada hoje em dia”, comemora.

Hoje, já se sabe que prática de exercícios físicos pode ser tão eficiente quanto o uso de medicação no tratamento de doenças como osteoporose, osteoartrose e artrite reumatoide. Segundo dados da Associação Brasileira de Academias (Acad), o número de pessoas com mais de 60 anos que frequenta o estabelecimento aumentou cerca de seis vezes nos últimos dez anos. Atualmente, representam quase 30% dos alunos matriculados.

Quebra de hábitos

Até o início da década passada, acreditava-se que indivíduos com mais de 60 anos poderiam fazer apenas exercícios brandos, como hidroginástica e

caminhadas esporádicas. Essa crença caiu quando os novos estudos começaram a ser divulgados em publicações como da American College of Sport Medicine (ACSM), conceituada associação de medicina esportiva.

Para se ter uma ideia melhor dos benefícios da atividade física após os 60 anos, o Laboratório de Estudos do Movimento (LEM) da Faculdade de Medicina da USP realizou uma pesquisa acompanhando três grupos de mulheres ao longo de 13 semanas. O primeiro era composto por idosas que já tinham passado por cirurgia e implantação de prótese em um joelho devido a complicações de osteoartrose, o segundo era formado por idosas sem problemas nas articulações e o terceiro era composto por jovens saudáveis. Os três grupos foram submetidos a 13 semanas de musculação.

Quatro aspectos foram levados em conta no início e no final das 13 semanas: a velocidade com que subiam um lance de escada, o tempo gasto para levantar e sentar em uma cadeira, a distância caminhada durante 6 minutos, e o tempo para levantar da posição deitada. Em todos os quesitos monitorados, a pesquisa concluiu que o primeiro grupo de mulheres, com problemas nas articulações, foi o que mais evoluiu, atingiu o maior aumento da carga utilizada nos aparelhos e conseguiu melhorar o equilíbrio.

O cearense José Luciano Maciel, 73 anos, sempre praticou atividades físicas ao longo de sua juventude e vida adulta. Futebol e ocasionais corridas na praia faziam parte de sua rotina de exercícios. Quando se mudou para Brasília, passou a caminhar regularmente. O sedentarismo veio quando se aposentou, em 1998. Durante 12 anos, deixou a atividade física de lado. Vez ou outra fazia uma caminhada, mas sem regularidade.

Convencido por seus dois filhos, José Luciano, que nunca tinha pisado em uma academia passou a fazer uma hora de musculação todos os dias, de segunda a sábado. Após dois anos de atividade intensa, comemora os cerca de três quilogramas de massa muscular que ganhou. Seu peso, que antes variava entre os 52 e 53 kg, agora varia entre 56 e 57 kg.

Periodicamente, sua série de exercícios é modificada pelo seu treinador, Edvan Rodrigues, para um melhor aproveitamento do trabalho muscular. Para dar estímulos diferentes à sua musculatura, para nunca deixá-la em estado de

equilíbrio. Segundo Edvan, a carga de peso que José Luciano utiliza em cada aparelho aumenta a cada mês.

Pelo tempo e frequência com que praticam exercícios, José Luciano e Marilândia conseguem superar seus limites, realizando exercícios que são difíceis até mesmo para um jovem de 20 anos. José, por exemplo, consegue se pendurar na barra fixa, sustentando o peso do próprio corpo apenas nos braços. Já Marilândia, na ioga, consegue ficar em posturas invertidas sobre a cabeça que exigem muito equilíbrio e flexibilidade.

Para o professor de educação física e coordenador de academia Guilherme Magalhães, não existem limitações para um treino pesado: “O treino para idosos tem diferenças assim como é o treino de qualquer outra pessoa independentemente da idade. A gente tenta fazer um acompanhamento maior devido às condições de saúde que alguns chegam, mas nada impede de, com o tempo e orientação certa, eles terem um treino mais puxado.”

Segundo Magalhães, além de saúde, depois de certa idade, as pessoas também buscam por algo que espante a solidão do dia a dia. “A socialização ajuda essas pessoas a buscarem uma atividade física, mas como disse, eles procuram qualidade de vida. Os laços de amizade contribuem para manter as pessoas na academia”, analisa.

Por outro lado, quem pratica exercícios também busca outro ingrediente, independentemente da idade: o resgate da autoestima. “Essas pessoas também estão preocupadas com a estética. É o esporte que alavanca em muitos deles a autoestima. Por mais que se busque saúde, você também quer viver bem. Difícil dividir Estética da qualidade de vida”.

(Retranca – Arquitetura e decoração)

Título: Água, atenção e carinho

(Sutiã) Conheça os ingredientes necessários para conservar aquele cantinho verde na casa

Por Juliana Lucas (colaboradora)

O ponto verde na decoração de qualquer ambiente traz charme e leveza, mas é importante saber como cuidar de plantas e flores para mantê-las conservadas e radiantes. Para dar essas dicas a **ALIÁ** entrevistou a aposentada Maria Fernandes Lucas que dedica boa parte da rotina às plantas.

Maria Fernandes Lucas tem 70 anos, é portuguesa e foi para o Rio de Janeiro com apenas 8 anos. Ao contrário de sua irmã e irmãos, não tem vestígios de nenhum sotaque, graças ao constante contato com o público nos anos de costura e revenda de roupas em casa. A paixão por plantas sempre existiu, mas após se casar, ela começou a comprar as plantas, uma de cada vez.

Segundo Maria, ter plantas dentro de casa é muito gratificante, dão paz e deixam o ambiente mais arejado. “É uma distração, eu amo muito minhas plantas”, declara mostrando orgulhosa o grande vaso de azaleias completamente florido. Ela explica que as espécies de fácil manutenção são as preferidas, pois não necessitam de muitos cuidados especiais. Algumas dessas espécies são a Chorona, o Chifre de Veado e a Samambaia, que necessitam de água apenas 2 vezes por semana, em dias menos quentes.

Deve-se observar a espécie para que a água não prejudique o desenvolvimento ou até contribuam para o apodrecimento da planta, já que raízes encharcada com água dificultam a transpiração da planta. O trabalho de regar e arrancar as folhinhas velhas é simples e ajuda a rejuvenescer as plantas.

Ela também fala que a observação das plantas também é importante, pois podem aparecer pragas que podem comprometer a saúde delas. Caso elas aparecerem, uma mistura caseira de sabão de coco com água pode ser feita e borrifada diretamente nas áreas afetadas. No mercado, existem produtos desenvolvidos especialmente para acabar com pragas, apesar de não ser comumente encontrado nos mercados. Portanto, cuidados diários com água e exposição ao sol, dependendo da espécie, são essenciais.

Outra dica que, segundo a aposentada, pode influenciar no desenvolvimento das plantas é o vaso escolhido. Então se o objetivo é ter uma

planta pequena para a decoração de uma mesa, por exemplo, os vasos menores são mais indicados. A troca de vaso também pode ser necessária quando a planta precisa de uma recuperação ou quando ela se desenvolve em um formato não desejado. “Minha Flor-de-Maio só estava crescendo pra baixo, até que uma hora ela caiu no chão com o peso, bem na hora que ela estava prestes a desabrochar. Troquei de vaso, arrumando ela de outra forma e agora, olhe só, já nasceram 3 botõezinhos!”, mostra orgulhosa as novas cores que surgiram no jardim.

O carinho e dedicação para cuidar do cantinho verde em qualquer ambiente é essencial. Ainda que não seja consenso entre pesquisadores, Maria Fernandes comprova com a observação diária que as plantas também são influenciadas pelas energias que o ambiente transmite. “A felicidade quando alguma plantinha se recupera ou dá flores é enorme, mas quando elas estão tristes, fico triste também”, compartilhando que também conversa com elas e dá os parabéns quando uma finalmente se recupera.

(BOX) Sobre a autora: Futura arquiteta, Juliana é carioca da gema e é apaixonada por tudo relacionado à profissão. Escolheu o curso por acaso: desde a infância sua brincadeira favorita era desenhar, então foi uma combinação perfeita de trabalho e diversão – e nunca deixar de ser criança. Acredita em um mundo onde pode ajudar a melhorar a qualidade de vida das pessoas. Juliana.lucas.rj@gmail.com

(Retranca – Beleza)

Grisalhos por opção

(Sutiã) Deixar de recorrer a tinturas e conviver com os cabelos brancos tem se tornado uma tendência entre mulheres brasileiras

Por: Renata Tobias

Cada vez mais os cabelos brancos e grisalhos deixam de ser um estigma de velhice para virar sinônimo de elegância e originalidade. Basta lembrar da icônica personagem Miranda Priestly, vivida por Meryl Streep em “O Diabo Veste Prada”, ou da atriz Helen Mirre, que na maioria dos filmes aparece com os fios brancos. As personagens talvez não tivessem o mesmo impacto visual se tivessem os cabelos castanhos, ou loiros.

A cabelereira Melissa Fragnan, especialista em coloração e química, notou um aumento no número de clientes que preferem deixar o cabelo branco ou cinza. “O número ainda é bastante pequeno em relação às clientes que preferem tingir pra disfarçar, mas ainda sim, alguns anos atrás, as mulheres nem cogitavam a possibilidade de não pintar o cabelo. Hoje, muitas já consideram essa opção e chegam a perguntar a nossa opinião”, afirma.

Em alguns casos, deixar os cabelos brancos surge como uma necessidade e acaba virando opção. É o caso de Rosa Maria Grossi Fabrino Bresolin, que aos 61 anos foi diagnosticada com um tipo de câncer chamado “linfoma não Hodgkin”, o mesmo que acometeu o ator Reynaldo Gianecchini e a presidenta Dilma Housseff. O tratamento foi bem sucedido e durou dez meses. Foram seis sessões de quimioterapia e vinte de radioterapia, além de uma bateria de medicamentos. Vinte dias depois do início do tratamento, como já era esperado, seu cabelo começou a cair.

“Lembro que o cabelo caiu muito e muito rápido. A pia do meu banheiro ficava lotada de tufos. Era muito cabelo. Aí eu resolvi passar a máquina e deixei o cabelo bem curtinho. Achei ótimo, achei que tinha ficado muito bom”. Pouco depois, o cabelo voltou a cair. “Aí resolvi raspar de vez. Não fiquei muito bem careca, não me sentia bonita daquele jeito”. Com a autoestima abalada, Rosa desistiu de tentar disfarçar. “Cheguei a comprar uma peruca, que usei umas quatro vezes e depois desisti. Aí resolvi assumir a careca de vez, não usava nem lenço na cabeça”.

Finalizado o tratamento, o cabelo voltou a crescer. A reação de suas filhas não poderia ter sido melhor “Minhas filhas diziam: Mãe, você está linda de cabelos brancos! Então parei para pensar e concordei. Estava muito mais bonita do que antes”. Rosa, que por muitos anos foi adepta do corte Chanel da tintura castanho-claro, agora adota um cabelo bem curtinho para combinar com

a nova cor. “Eu gosto de deixar assim, acho que se ficar muito comprido, vou ficar com cara de ‘vovózinha”, acredita.

Segundo Melissa, outro fator que motiva a escolha de algumas mulheres por deixar os cabelos naturais é financeiro. “Não se gasta menos de R\$ 80,00, em média por mês para fazer a manutenção da coloração do cabelo em salão. E mesmo se for tingir em casa, além do risco da tintura não ficar homogênea, ainda é um gasto.” Mesmo assim, a cabelereira revela que algumas mulheres chegam a marcar horários de 15 em 15 dias para retocar a raiz. “Para algumas clientes, qualquer milímetro de cabelo branco é um sinal de idade que elas não querem demonstrar”

Motivada pelo nascimento da filha, Helena, que nasceu quando tinha 50 anos de idade, a aposentada Maria do Socorro Menezes de Souza começou a tingir os cabelos aos 55. A recomendação veio do grupo de amigas. “Eu temia que quando a minha filha entrasse na escola, eu seria vista como a avó, e não como a mãe dela. Minhas amigas me aconselharam a cuidar mais da minha aparência se não quisesse ser tratada como avó”, conta.

A cor escolhida por Maria foi um tom de vermelho chamado rubi. Gostou tanto do resultado que hoje, aos 70 anos, ainda usa a mesma cor. “Às vezes a Melissa tenta me convencer de clarear ou escurecer um pouco, mas eu prefiro manter o que eu já sei que dá certo”, avalia. A aposentada costuma ir ao salão a cada 45 dias. “Não tanto pela praticidade, mas pela experiência prazerosa que é ir ao salão de beleza e ser muito bem cuidada”, revela satisfeita.

Maria do Socorro já pensou em deixar os cabelos brancos, mas não quer perder a aparência jovial. “Não deixo porque não quero que as pessoas passem a me tratar de um jeito diferente do que já estou acostumada, mas acho muito elegante quem usa o cabelo natural.” Sobre o futuro, só tem uma certeza: “Jamais serei loira”, brinca.

(Retranca - Gastronomia)

(Título) Nossa Cozinha Bistrô

(Sutiã) Conheça o espaço que equilibra temperos simples com uma boa pitada de ousadia no cardápio

Por Anna Claudia Stein (colaboradora)

Quem procura um restaurante charmoso, agradável e com pratos bem elaborados sem ter que pagar caro por isso encontrará no *Nossa Cozinha Bistrô* a solução. Uma boa dica para ir com as amigas e colocar toda a conversa em dia, em um clima de charme, bom atendimento, pratos bem executados, carta de vinho selecionada de acordo com a proposta de bistrô, sobremesas de comer de joelho. Quem, afinal, não espera por isso, não é?

O cardápio reduzido, típico de bistrô, facilita a escolha dos pratos. A gente não fica virando e revirando páginas e perdendo tempo de conversa. Acho que todo mundo concorda que a conversa animada das mulheres não merece ser interrompida várias vezes enquanto a gente explora um longo cardápio.

A casa conta com cerca de seis opções para entrada. Qual seria a minha sugestão? Já provei de tudo e de tudo gostei! Difícil indicar. Mas, para a primeira visita apostaria nas Torradas com Carne de Porco Desfiada ao Molho de Barbecue, no Azeite Temperado mais gostoso de Brasília ou no Tartar de Salmão do Bobson. Bom até dizer chega. E o pão da casa? Jesus...

A escolha do vinho é sempre bem pessoal, mas, em caso de dúvida, dá para contar com a boa indicação do garçom. Para o prato principal, sugiro o Pango com Crosta de Ervas, Salsa de Cítricos e Mix de Arroz. Molho com boa textura, sabor suave de limão e peixe que derrete na boca. Ou quem sabe o Curry de Camarão com Arroz de Coco e Chutney de Fruta. Esses sabores da Índia são sempre instigantes. Ou mesmo quem sabe um básico e bem executado Filé ao Molho de Mostarda Dijon com Batata ao Forno.

E depois de pratos deliciosos, um bom vinho, muito papo gostoso e medo zero de ser feliz, vale pedir *Eduardo e Mônica* para sobremesa. Queijo amanteigado, ligeiramente salgado, macio, maçaricado com açúcar mascavo e acompanhado de um doce de leite bem cremoso.

(BOX) Serviço: SCLN 402, bloco C, loja 60 (fica virado para a quadra residencial) - telefone 3326 5207. Visite o site: www.nossacozinhabsb.blogspot.com.

(BOX) Sobre a autora: Anna Claudia Stein adora sair por aí para comer e beber. Tem uma ligeira enorme queda pela culinária fusion, por pães e doces. Onde vai, procura um prato com toque fusion. Apesar disso, namora muito com o confit de canard, com o magret e com tudo que leva curry. Anna Claudia também escreve suas experiências gastronômicas em seu blog: www.restaurantesqueeufui.com.br/

(Retranca – Cultura - Literatura)

(Título) Todos Os Nomes

Por: Bruna Ferreira (colaboradora)

Um homem comum procura por uma mulher desconhecida tendo em mãos apenas seu nome. Assim começa a aventura amorosa do Sr. José de *Todos os Nomes*, romance publicado por José Saramago em 1997. A partir de um motivo insólito e ao mesmo tempo comum, o autor português investiga a complexidade das relações humanas no que tange ao trabalho, à amizade e ao amor, bem como a linha tênue que separa a vida da morte.

Sr. José tem cinquenta anos, e cultiva uma coleção de recortes de jornal das pessoas de seu país que ficaram famosas – por motivos bons ou ruins. A princípio, Sr. José reúne em sua coleção todo tipo de informação que venha a ser publicada, até se dar conta de que pode enriquecer sua coleção com informações privilegiadas às quais poderia ter acesso graças ao seu burocrático trabalho: o de auxiliar de escrita na Conservatória Geral do Registro Civil - o cargo de menor nível hierárquico e maior volume de trabalho do órgão responsável por registrar nascimentos, casamentos, divórcios e a morte de todos os cidadãos do país.

Na Conservatória há dois grandes arquivos: um dos vivos, outro, maior, dos mortos, onde todos os arquivos acabarão um dia. Como ajudante de escrita, Sr. José é um dos responsáveis por abrir novas pastas a cada nascimento e por transportar as pastas dos que já não estão mais vivos para o seu novo arquivo.

Assim, furtivamente, o simplório cidadão de bem cumpridor de seus deveres passa a entrar furtivamente durante a noite na Conservatória – que para nós, brasileiros, é uma espécie de cartório – graças à sua condição singular de vizinho do prédio: entre a pequena e simples casa de Sr. José e o interior da Conservatória há uma porta de comunicação que todos julgavam estar trancada há muito tempo.

Com essas pequenas contravenções noturnas, Sr. José passa a ter em sua coleção não só fotos, fofocas e novidades sobre seus famosos, como também informações precisas sobre onde e quando eles nasceram, de quem são filhos e com quem foram ou são casados. Tudo muda na noite em que Sr. José leva para casa, por engano – ou destino – a ficha que contém o nome de uma mulher desconhecida.

A busca pela mulher desconhecida à qual José se lança é uma ideia fixa – uma obsessão de quem tem uma vida tão comum, tão ordinária, tão regular que um simples acaso do destino – ter caído em suas mãos justo aquela ficha, com o nome justo daquela mulher – é um evento por demais extraordinário para ser mero acaso.

Mas, quando pensamos bem, não é isso que nos basta para nos apaixonar? Sim, José se apaixona pelo nome inscrito naquela ficha, e é por amor, e por uma paixão irracional e, por isso, verdadeira, que ele se deixa arrastar para todo o tipo de desventura a que essa busca o leva. O servidor exemplar, respeitador da hierarquia, da autoridade e da ordem passa a questionar tudo isso, e a colocar todo e qualquer interesse do seu trabalho abaixo do grandioso projeto de encontrar a mulher desconhecida – tendo como ponto de partida de sua investigação apenas o endereço de seus pais quando a registraram, trinta e seis anos atrás.

Sr. José é levado a encontrar a mulher desconhecida por um impulso arbitrário de seu inconsciente. Ao longo da busca, José se descobre apaixonado, e quanto mais absurda lhe parece a sua procura, maior se torna a sua necessidade de encontrar a mulher cujo nome lhe caiu nas mãos. O autor nos guia por essa história de um amor singelo, tocante e verdadeiro.

Todos os nomes é a história do anônimo Sr. José, mas também é a história da Conservatória, esse prédio guardião da ordem civil, da hierarquia burocrática, em que a tênue linha entre vida e morte é apenas a distância física

entre o arquivo que contém os nomes dos vivos e o arquivo que contém os nomes dos mortos. Ali, todos os nomes são iguais – nascem em um arquivo e migram invariavelmente para o outro, e o nome do presidente não vale mais do que o nome do motorista do ônibus – é a mesma pasta, com a ficha de papel preenchida por um auxiliar de escrita como o Sr. José, que, invariavelmente, terá o mesmo destino que todas as outras.

Se, diante da Conservatória, todos os nomes são iguais, a fama de modo algum é critério relevante para que um nome se destaque em relação a outro – e assim a coleção de Sr. José se mostra irrelevante. A busca de *Todos os nomes* é uma luta contra a efemeridade da existência humana – que não a nega, antes, a compreende e respeita, mas que busca discutir por quais modos podemos *permanecer* – como história, como discurso, como personagens da narrativa memorial daqueles que nos amaram e que continuam a nos amar.

A busca de Sr. José é tão absurda quanto qualquer outra – e é exatamente isso que a torna singular. Como leitores, acompanhamos com avidez, guiados por este mestre da narração consciente que é José Saramago, as desventuras que levam o escriturário ao desfecho de sua busca: a descoberta de muito mais do que o paradeiro da mulher desconhecida.

Como personagens desse grande romance a que chamamos vida, somos levados a refletir sobre os nomes que nos são caros, e as circunstâncias – acaso ou destino? – em que nossas trajetórias se cruzaram. Mais ainda, investigamos as aventuras a que nos lançamos cotidianamente para descobrir a história por trás desses nomes e diferenciá-los daqueles que todos os dias são registrados nas reais ou fictícias Conservatórias.

E então reconhecemos os inúmeros, criativos – e afetivos! – meios que usamos para que esses nomes, tão queridos, tão carregados de significados e símbolos que só nós podemos decifrar, *permaneçam* vivos – para que eles pertençam para sempre ao arquivo dos vivos.

(BOX) Sobre a autora: Bruna tem mestrado em Literatura pela Universidade de Brasília. É apaixonada por filmes e livros, mas também se dedica à dança de salão e às viagens turísticas pelo país. Periodicamente, escreve no blog www.laranjassumus.blogspot.com.br

(BOX) Sobre o livro: Todos os Nomes, de José Saramago. Companhia das Letras, 1997, 280 páginas. Preço médio: R\$ 49,50

(Retranca – Cultura - Cinema)

Amor: a velhice como protagonista

Por: Liliane Machado (colaboradora)

A velhice retorna como protagonista no filme *Amor*, ganhador do Oscar 2013, como melhor filme estrangeiro. A obra de Michael Haneke não nos permite chamar a decrepitude pelo eufemismo de terceira idade, termo que, aliás, é odiado por muitos dos que se encontram nessa faixa etária. Nem mesmo o belo amor que o casal de protagonistas nutre um pelo outro, após anos de vida em comum, consegue contornar a realidade inexorável acerca da etapa final da vida humana, pontuada por doença, solidão, movimentos lentos, faces enrugadas e convívio constante com a morte.

O mesmo tema foi abordado em outra produção francesa, exibida no circuito comercial brasileiro em 2012: *E Se Vivêssemos Todos Juntos?*, de Stéphane Robelin. No entanto, ao invés de um único casal em cena, o filme reunia um grupo de amigos que conviveram nos últimos 40 anos e que, no ocaso da vida, decidem que ficarão sob o mesmo teto, contrariando a opinião e o desejo de seus filhos.

O fato é que o egoísmo e a intransigência dos filhos pontuam as duas obras. A primeira reação deles, diante da doença dos progenitores, é sugerirem sua sumária internação em uma clínica de repouso, sob o auspicioso argumento de que é a coisa mais racional a ser feita. Robelin apresenta-nos as clínicas como o grande fantasma que assombra os velhos, e Haneke, ainda que de forma mais sutil, também questiona a prática da internação, sugerindo que se trata da forma civilizada que a sociedade contemporânea encontrou para livrar-se do incômodo da companhia de parentes em estado terminal.

Um diálogo entre o pai, Georges (Jean-Louis Trintignant), e a única filha do casal, Eve (Isabelle Huppert), que reproduzo de forma imprecisa a seguir, é bastante elucidativo sobre a visão diferenciada que ambos têm frente o desafio de encarar a doença degenerativa e os cuidados que Anne (Emmanuelle Riva), esposa e mãe, respectivamente, inspiram-lhes: “Papai, podemos conversar de

maneira razoável?”, pergunta Eve ao pai, quando o vê desdobrando-se e definhando na tentativa de cuidar, sozinho, da esposa, prestes a sugerir-lhe a internação como única solução possível para o impasse que vivem. A filha limita-se a chorar e a se lamentar, em uma atitude tipicamente infantil e marcada pelo egocentrismo.

A resposta do pai é incisiva: “Sim, Eve, vamos falar de forma razoável, a realidade é que...” Então ele passa a descrever seu cotidiano de cuidador: limpar a mulher, dar banho, trocar a fralda, passar pomada no corpo para que não tenha feridas, tentar fazê-la pronunciar algumas frases e instigá-la a comer e a beber para que não morra de inanição, até que um dia tudo isso termine com a chegada da morte. Enquanto ela se desespera, ele segue em frente e não admite abandonar a companheira de modo algum.

No convívio diário, marcado pelo autoisolamento, o casal relembra fatos do passado, come, toma vinho, ri e discute demonstrando enorme carinho um pelo outro. Quando a doença se agrava, ele não arreda pé do seu lado. Se a ternura e o amor de casal emocionam na primeira hora do filme, é a realidade dura de um cuidador que sobressai da metade para o final da obra. Nesses momentos, reencontramos o cineasta de *A Fita Branca* (2009), dono de sobriedade narrativa e de um estilo que poderíamos chamar de realismo contido.

Ninguém melhor que Isabelle Huppert para interpretar a filha de postura elegante, fria e pouco amorosa. A atriz de desempenho impecável em obras como *Madame Bovary* (1991), *Assunto de Mulheres* (1988) e *A Comédia do Poder* (2006), dirigidos por Claude Chabrol, encarna o protótipo de uma geração habituada a ter tudo e a não doar nada; a encarar a velhice como um incômodo a ser descartado. Também representa a metáfora de uma sociedade que não suporta rugas, estrias e sobrepeso, como se tudo isso fosse a praga atual a ser combatida e extirpada do convívio humano.

Nas poucas cenas em que aparece no decorrer de *Amor*, imprime grandiosidade à direção perfeccionista de Haneke, que escolheu dois atores fetiches do cinema francês: Riva, a bela protagonista de *Hiroshima, Mon Amour* (1959) e Trintignant, o delicioso sedutor de *Um Homem, Uma Mulher* (1966), de Claude Lelouch, no qual faz par romântico com Anouk Aimée, e *De Repente*

Num Domingo (1983), de François Truffaut, em que esbanja charme ao lado de Fanny Ardant.

Haneke obteve de Riva e Trintignant uma atuação sem precedentes, numa troca mútua de benefícios entre diretor, atores e público: o filme ganhou a Palma de Ouro de melhor filme no Festival de Cinema de Cannes de 2012, a segunda na carreira do diretor; propiciou visibilidade mundial para quem já parecia totalmente esquecido do público e a plateia, por sua vez, pôde rever dois ídolos do passado, que surgem na tela dignos, belos e iluminados. É arrepiante como o cineasta de origem alemã explora a velhice como um momento de dor, mas também revestida por dignidade, sem a tentativa de truques de rejuvenescimento digital.

O cenário do filme é, basicamente, o confortável apartamento onde vive o casal. Ali, desenrolam-se dramas que reproduzem em microcosmo as tensões dos períodos mais difíceis da vida humana. Mas é também o espaço de belas surpresas, como a visita que um ex-aluno de Anne, agora um famoso concertista de piano, lhe faz, prestando a mais bela homenagem que a mestra poderia receber: um espetáculo solo. Por fim, quando a missão de Georges está cumprida e o apartamento toma ares de prisão, ele recebe a visita de uma pomba, que adentra a casa, aparentemente de maneira inadvertida, e inspira-lhe a buscar a liberdade, por meio de um ato (insano?) de amor. Um filme imperdível.

(Resenha anteriormente publicada no blog Socialista Morena, 30.jan.13. Com atualizações)

(BOX) Sobre a autora: Liliane Machado é jornalista e apaixonada pela sétima arte. Foi repórter de cultura no Jornal de Brasília e no jornal Correio Braziliense. Hoje se dedica a carreira acadêmica ministrando aulas na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

(Retranca – Atualidades - Crônica)

(Título) Psiu! Olhem para nós!

Por Martha Lucena (colaboradora)

Ontem na TV, assisti à reapresentação da palestra de Marcelo Antônio Salgado – gerente de Estudos e Programas da Terceira Idade do Serviço Social do Comércio (SESC) – no Congresso de Auditores Fiscais. Era como se ele estivesse extraindo tudo o que penso nestes anos que tenho vivido ou sobrevivido aos velhos sistemas legais que determinam nossa vida útil até os setenta anos. A partir daí, não obstante alguns gritos de puro protesto dos idosos, ainda persistem os ordenamentos jurídicos que determinam sermos pessoas jurídicas ao nascer, crescer, adolecer, amadurecer, envelhecer.

As asas protetoras do Estado caem sobre nós. Porém, legalmente, temos prazo de vida, 70 anos fixados em lei. Depois disto, somos realmente dispensados de ser. É um tipo de decreto de morte em vida, porque depois a pessoa só vai atrapalhar todo o esquema social, político, financeiro - este, principalmente.

O que mais nos aflige? Um dia ouvi uma psicóloga aconselhando aos pais para nunca perguntarem aos filhos o que vão ser no futuro. Isto poderia dar às crianças a ideia de que no presente não são nada. Elas precisam ter ciência de que estão inseridas no presente, no todo e são importantes por isto. Já são, - não serão. A ideia de “ser” está, pois, ligada ao ser alguma coisa em função do todo. Você não é sozinho. E a vida só tem sentido se estamos ligados aos outros de alguma forma, pela colaboração, pela relação, pela solidariedade, pelos direitos, pelos deveres. Agora, situados no lado oposto das crianças, perguntam o que fomos e não o que somos. Não somos nada. E a lei confirma isto abertamente, sem pudor. Ah! Já ia me esquecendo que eles se preocupam com isto, algumas vezes. Mas, diante de todos os clamores dos idosos, concluem que são justos. E ponto final.

No artigo de Ana Maria Bahiana, de Los Angeles, na Revista Forense nº 33, li o depoimento da atriz Meryl Streep sobre a ministra inglesa Margaret Thatcher, a notável dama de ferro, a mais poderosa mulher dos anos 1980 e 1990. Ao ver a velha senhora -diz ela - é fácil perceber que se tornou invisível, desprezada. Continua tentando ser independente, tentando fazer a sua compra, cumprir sua rotina, mas é sempre empurrada para o lado, ignorada.

Esta é a imagem subjetiva final da vida, a maré baixa, a perda do poder e a escala descendente desta figura histórica.

Imaginem agora que nem somos Margareth Thacher. Somos aposentados, pensionistas, ex-donas de casa, ex-tudo, ganhando um pequeno óbulo do governo, porque não vamos dizer que uma pensão ou aposentadoria remunera nossas contribuições de uma vida inteira a serviço de todos.

É necessário saber, antes de tudo, que todos envelhecemos, perdemos pais, filhos, pessoas queridas, somos mais frágeis, porém lúcidos, pensando, querendo, sonhando. Quem sabe algum legislador entenda isto algum dia ao examinar com atenção os semblantes dignos, mas entristecidos de seus pais, de seus avós percebendo, enfim, que eles querem apenas “ser” dentro do todo?

(Crônica anteriormente publicada no portal *Tribuna do Direito* no dia 17.08.2012, com atualizações)

(BOX) Sobre a autora: Jornalista e editora do jornal *Diário de Minas*, Martha tem histórias que dariam um livro. Aos 86 anos, cursa Direito em uma faculdade mineira. Além de universitária, avó de 18 netos, desde 2012, escreve crônicas para o portal *Tribuna do Direito*. www.tribunadodireito.com.br

(Retranca – Atualidades - artigo)

(Título) A mulher no jornalismo político

Por: Sonia Carneiro (colaboradora)

Cito a minha história, para falar da participação feminina no jornalismo político brasileiro nas últimas décadas. Trata-se de uma marca que não pode passar em branco na vida contemporânea dos meios de comunicação. Comecei no jornalismo político na Rádio Jornal do Brasil e no Jornal do Brasil. Duas escolas de saudosa memória. Fui uma das pioneiras no

jornalismo político feminino no rádio transmitindo ao vivo os principais fatos, bastidores e as votações realizadas na Câmara e no Senado, os acontecimentos históricos que marcaram o fim da ditadura, a campanha das Diretas Já, toda a fase da redemocratização. Tentava fazer no rádio, o que hoje, se faz online na Internet. Ao vivo, entrava no ar toda vez que tinha uma notícia importante a transmitir. Contava o que sentia e ouvia, mandava minhas matérias para os noticiários da Rádio JB. Os mais ouvidos eram o **JB Informa** das 18:30 e o programa de debate “Encontro com a Imprensa”. Era o início dos anos 1970. Fomos até os anos 1990, quando passei a escrever no Jornal do Brasil. No rádio e no jornal, fiz coberturas no Congresso, Itamaraty, Palácio do Planalto, ministérios e também das ruas. E não havia celular nem internet. Para o rádio passava as matérias pelo telefone fixo usando o “jacaré” para transmitir as gravações.

Depois, no Jornal do Brasil, mandava as matérias batidas à máquina pelos motoristas do jornal e motoqueiros. É bom lembrar. Preferia começar a jornada pelo Itamaraty trocando idéias com os embaixadores que me recebiam muito bem e me municiavam de informações políticas e econômicas sobre a conjuntura do Brasil e do mundo. E foi aí que nunca mais deixei de lado a conjuntura internacional nas minhas análises. Depois, descia ao Congresso buscando informações junto aos parlamentares. E ao final da tarde, atravessava a rua até o Palácio do Planalto aguardando as notícias noturnas, aquelas que balançavam os governos e davam manchete. E não é que conseguia uma melhor versão dos fatos tomando o pulso das diferentes fontes? E foi essa curiosidade de ouvir e saber mais sobre o material que eu tinha conseguido nos ministérios que deu o tom, e que colocou a cereja no bolo das minhas matérias tanto na Rádio JB quanto no centenário Jornal do Brasil, cuja edição impressa acabou.

A influência nas emissoras de rádio, TV, nos jornais, nas revistas e nas redes sociais tornou a mulher jornalista protagonista em um espaço que antes era praticamente exclusivo de homens. Nunca gostei de segmentar nem de citar nomes para não esquecer ninguém e cometer injustiças. Me perdoem aquelas que não pude mencionar. Quando comecei na profissão as mulheres enfrentavam dificuldades para ascender às posições mais nobres do jornalismo. Cito a cobertura política realizada, principalmente, nas conversas

de bastidor com políticos e autoridades. Havia pouca visibilidade da atividade feminina no noticiário da área política.

De uma forma geral, eram pouquíssimas as mulheres nas redações e nos comitês de imprensa. Porém, nas áreas de educação e saúde, por exemplo, as mulheres predominavam na cobertura dos ministérios. Lembro-me bem da Rosangela Bittar atualmente colunista do jornal Valor Econômico, que imperava na cobertura do Ministério da Educação. Porém, nos comitês da Câmara, Senado, e Planalto, as mulheres jornalistas podiam ser contadas nos dedos. Ao contrário de hoje, nos mesmos comitês de imprensa a maioria é de mulheres trabalhando. Mas antes, lembro bem, as autoridades preferiam conversar com os repórteres homens. Davam as notícias mais importantes a eles, e poucos eram aqueles que prestigiavam a cobertura feminina com a exclusividade de um furo ou de uma boa entrevista de página.

Porém, a realidade da vida contemporânea onde as mulheres conquistaram seu papel de destaque abriu um ambiente crescente de influência das mulheres no jornalismo político em todas as mídias. Não podemos esquecer a ocupação dos espaços institucionais, onde Helena Chagas atual ministra da Secretaria de Comunicação Social da Presidência, foi colunista e uma experiente repórter política.

Durante os últimos anos, o espaço mais nobre do jornalismo que são as colunas de análise política vem sendo ocupado por mulheres. Eliane Cantanhede foi a primeira colunista mulher da página 2, da Folha de São Paulo, onde escreve 4 vezes por semana. Ela começou no JB onde às segundas escrevia no lugar do inesquecível Carlos Castello Branco, e depois no Globo. Dora Kramer, hoje colunista do Estado de São Paulo, destacou-se ao substituir definitivamente Castelinho, no Jornal do Brasil. Tereza Cruvinel hoje, no Correio Brasiliense, também dominou por décadas com brilhantismo a coluna de notas de O GLOBO. Ainda nas colunas, destacamos o **Painel** da Folha de São Paulo, assinado por Vera Magalhães, e **Direto da Fonte**, por Sonia Racy, que ocupa página inteira no jornal Estado de São Paulo.

A corajosa, Denise Rothenburg que hoje assina a coluna “Nas entrelinhas” do Correio Brasiliense, se notabilizou também como repórter investigativa na cobertura das CPIs - Comissões Parlamentares de Inquérito, como a dos Anões do Orçamento, do impeachment do Collor, dos Precatórios

entre outras. Também participei de muitas coberturas com ela no Globo, e eu no JB. Denise conta uma história que marcou sua vida nos anos 90. Foi provar que o Orçamento da União tinha sido alterado depois de votado pelo Congresso Nacional. Ela lembra que o falecido ex-ministro Ricardo Fiúza, que à época ocupava o ministério do Bem Estar Social convocou-a para que o ex-chefe da assessoria de orçamento José Carlos Alves dos Santos fornecesse as explicações e desmentisse o fato. Acompanhada do repórter Rudolfo Lago, ela foi, mas na volta, teve que pegar carona com o próprio José Carlos até o Setor Comercial Sul, onde fica a redação do Globo, no mesmo carro onde depois foi carregado o corpo da mulher dele, Ana Elizabeth Lofrano, que ameaçava denunciar os podres da máfia e foi morta a golpes de pedra e picareta em 1992.

As mulheres comentaristas e âncoras dos noticiários de TV aumentaram a importância feminina no papel no jornalismo opinativo, não apenas voltado à informação e atualidade. Na Globonews, Renata Lo Prete, que durante muitos anos foi editora do Painel (Folhasp) e Cristiana Lobo, que além de comentarista tem um blog de notícias. E Maria Beltrão, que tem resposta e opinião sobre todos os temas. Nas grandes coberturas palacianas as conhecidas jornalistas “da política” como Tania Monteiro, Cristiane Jungblut, Maria Lima, Isabel Braga, Doca de Oliveira, Cristiane Samarco, Adriana Vasconcelos, Eugenia Lopes, Suzana Veríssimo, Ana Flor, Ana Paula Macedo, Carmen Kozac marcaram época com olhar felino mais amplo e cuidadoso na abordagem dos fatos ocorridos na política recente.

(BOX) Sobre a autora: A carioca Sonia se especializou em coberturas políticas com experiência em bastidores e análises concisas. Espírito jovial, parece sempre estar pronta para apostar nas mudanças da vida. Atualmente, trabalha como coordenadora chefe na Representação do Governo do estado da Bahia, com gabinete em Brasília. E-mail: soniac@repbahia.com.br

(Retranca - Moda)

(Título) A leveza da idade

(Sutiã) Conheça a trajetória de mulheres, que depois dos 60, continuaram fazendo história

Por: Renata Tobias

(ABRE) Dizem que completar 60 anos é ter a oportunidade única de desfrutar da vida. É nesse momento que se pode fazer novos projetos sem a preocupação latente de precisar da aprovação de outros para seguir em frente. O desapego, mas principalmente, a liberdade são conquistas dessa fase da vida.

Para entender um pouco desse espírito de lutas, conquistas e realizações, a ALIÁ convidou quatro mulheres para um ensaio fotográfico. Nos intervalos de cada clique, elas falaram sobre a vida pessoal, os sonhos e as paixões.

Ensaio fotográfico - Martha

(FOTO 1) Maria Martha Moysés ou simplesmente, Martha, tem 70 anos recém completos. Nasceu em Bragança Paulista, São Paulo. Veio para Brasília fazer faculdade em 1962, aos 19 anos.

(FOTO 2) A melhor viagem: “Estava em um cruzeiro com o Garcia (marido). Estávamos dançando no convés do navio vendo as luzes de San Juan de Puerto Rico. Foi um momento maravilhoso, jamais me esquecerei”

(FOTO 3) “Tento não fazer drama com os dramas que me acontecem”. Martha conheceu o amor da sua vida depois dos 50 anos de idade. O marido e grande paixão morreu, mas Martha declara ter vivido muito feliz durante os 15 anos que conviveram.

(FOTO 4) Nos momentos de lazer Martha navega na internet e redes sociais, além de fazer musculação, dançar, ir ao cinema e sair com as amigas. “Quero ser cada vez mais bonita por dentro. Me sinto cada vez mais assim.”

Ensaio fotográfico - Lydia

(FOTO 1) Lydia Garcia tem 75 anos, nasceu no Rio de Janeiro, em Santa Tereza. Chegou em Brasília com 22 anos. Mora na mesma casa desde que chegou na cidade. Ela é pioneira do Movimento Negro em Brasília e, há 20 anos, criou um ateliê chamado Bazafro.

(FOTO 2) Nos anos 70, montou um grupo de pesquisa na sua casa. “Antes de existir a Fundação Palmares, as pessoas vinham à minha casa buscar referências da cultura Afro. Há quem diga que a primeira embaixada africana da cidade foi a minha casa”

(FOTO 3) Participa de Saraus de poesia e grupos de mulheres que bordam. Gosta de cinema música, ir a concertos, sambar e viajar “Minha formação é de piano clássico, mas adoro tocar um pandeiro”

(FOTO 4) “Acredita que só fui conhecer Salvador aos 37 anos? Depois que fui pela primeira vez, nunca mais parei de ir” Conheceu Nelson Mandela na 2ª vez que ele veio a Brasília “Descobri o hotel onde ele estava hospedado e fui atrás. Quando o carro dele chegou, não tinha ninguém pra abrir a porta. Então eu abri e aproveitei para cumprimentá-lo”

Ensaio Fotográfico – Jacira

(FOTO 1) Jacira da Silva tem 62 anos. Carioca, também veio para Brasília aos nove anos, em 1960. A família se mudou para a capital por causa do emprego do pai. Durante a infância e adolescência, viveu no bairro Cruzeiro Velho. Atualmente, trabalha como ouvidora da Secretaria Especial da Promoção da Igualdade Racial.

(FOTO 2) Ainda na juventude, trabalhou como digitadora e revisora. Chegou a sofrer discriminação no ambiente de trabalho. “Quando era mais nova, queria entender se era discriminada só porque era pobre ou porque era negra”. Jacira

não se calou e passou a questionar cada vez mais. “Sempre coloquei a questão racial em todos meus espaços”. Foi a primeira mulher negra presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Distrito Federal. “A grande resistência é o conhecimento”, afirma. “Não basta respeitar, tem que valorizar. Como dizia Jamelão: ‘Não sou puxador (de samba), sou intérprete.’”

(FOTO 3) “Sempre resisti muito à noção que as pessoas geralmente têm do que é ter boa aparência e do que é estar bem vestida. A minha grande ruptura foi quando decidi parar de alisar o cabelo. Nos anos 80, comecei a trançar o cabelo.” Jacira tenta buscar a sua herança cultural africana através do vestuário, mas alerta: “Não estou fantasiada de africana. É importante sair do ‘exótico’. Nós, mulheres negras, não somos exóticas!”

(FOTO 4) “Com dez anos de casados, eu e meu marido fomos com a família inteira de carro para o Piauí e depois para o Rio de Janeiro. Passamos quase um mês viajando. Não tive muita oportunidade de ter férias familiares com os meus pais, então foi muito importante fazer isso com a minha própria família. Como passamos muito tempo dentro do carro, acabamos conhecendo melhor uns aos outros. Isso foi muito importante pra mim.”

Ensaio fotográfico - Carmen

(FOTO 1) Carmen Stepanenko tem 62 anos e nasceu no País Basco, em uma cidade chamada San Sebastian. A família vem do norte da Espanha. Veio para o Brasil em 1960, aos 9 anos.

(FOTOS 2) Formou-se em psicologia e é aposentada pelo Sebrae há 2 anos. No Sebrae, foi responsável pela elaboração do prêmio *Empresárias de Sucesso*, voltado para mulheres empreendedoras.

(FOTO 3) Não casaria de novo, e prefere não pensar muito sobre o assunto. Adora ler e viajar. O vestido veio de uma das viagens ao Marrocos.

(FOTO 4) “Essa é uma nova fase da minha vida, e estou adorando” referindo-se à aposentadoria. Trecho de música: “Nada melhor do que não fazer nada” - Rita Lee.